

youth
part

JugendBarCamp
EIN LEITFADEN FÜR DIE PRAXIS



“Ich habe ein Recht, gehört zu werden” sagt Inga aus Finnland beim internationalen Youthbarcamp in Wien und beschreibt damit wunderbar die grundlegende Idee von JugendBarCamps.

JugendBarCamps sind ein weitgehend hierarchiefreies Format, um möglichst effektiv und wertschätzend Jugendlichen eine Stimme zu geben und sie als gleichberechtigte Gesprächspartner ernst zu nehmen.

Bei JugendBarCamps geht es darum, gemeinsam Ideen und Lösungen für bestimmte Themen zu finden. Wie das geht und was bei diesem partizipativen Prozess zu beachten ist, darin will dieser Leitfaden Einblicke geben und mit zahlreichen Vorlagen, Praxisbeispielen und Checklisten die Organisation und Durchführung unterstützen.

Vorwort

Über ePartizipation Jugendlicher wird viel gesprochen. Doch es gibt bisher wenige erfolgreiche Projekte und Ansätze, die das junge Feld beleuchten und die als Modelle für weitere Projekte dienen können. Es wird vermutlich auch in den seltensten Fällen ein reiner „e-Ansatz“ angewandt werden. Jugendarbeit wird nach wie vor meist aus einer Mischung aus Präsenz- und Online-Kontakt bestehen. BarCamps bringen die Ideen des Web 2.0, des Mitmachens und Einmischens für jedermann in die Offline-Welt. Sie eignen sich deswegen besonders, um mit Jugendlichen (e)Partizipations-Ansätze zu erarbeiten.

Seit 2010 haben auch die ersten Innovator(inn)en BarCamps als Format für die Jugendarbeit entdeckt. Stattgefunden haben in den vergangenen zwei Jahren allerdings nicht mehr als ein Dutzend tatsächlicher JugendBarCamps im deutschsprachigen Raum. Die Gründe dafür liegen unter anderem am fehlenden Know-how darüber, wie das Format BarCamp für die Jugendarbeit adaptiert werden kann.

JugendBarCamps bieten für Jugendliche einige Chancen und Herausforderungen. Die vorliegende Broschüre

arbeitet diese heraus und skizziert Lösungsansätze. Zukünftigen Veranstaltern bietet der Leitfaden Hinweise zur Planung, Organisation und Durchführung von JugendBarCamps.

Wir wünschen viel Freude beim Lesen und Umsetzen.



Was ist ein BarCamp	6
Ablauf einer BarCamp-Organisation (11 Phasen)	7
Phase 1: Format- und Themenfindung	8 – 9
Phase 2: Konzeption und Planung	10 – 11
Phase 3: Planung eines JugendBarCamps	12 – 16
Phase 4: Ausschreibung und Informationsarbeit	17 – 18
Phase 5: Vorab-Kommunikation, Session-Vorschläge	19 – 21
Aus der Praxis: DFJW-JugendBarCamp	22 – 23
Phase 6: Vorbereitung von Technik und Material	24 – 25
Phase 7: Planung der Tools zur Online-Kollaboration	26 – 27
Aus der Praxis: youthbarcamp.eu	28 – 29
Phase 8: Vorbereitung vor Ort	30
Phase 9: Durchführung des BarCamps	31
Phase 9.1: Ankommen	32
Phase 9.2: Einführung in das Format	32 – 34
Phase 9.3: Session-Planung	34 – 35
Phase 9.4: Session-Verlauf	36

Phase 9.5:	Session-Verlauf (Einsatz der Tools)	37 – 38
Phase 9.6:	Zusammenführung der Ergebnisse und Abschluss des BarCamps	38 – 40
Phase 10:	Dokumentation	40 – 41
Phase 11:	(Post-)Community Management	42 – 43
Aus der Praxis:	Gamescamp	44 – 46
Checkliste Technik		47
Camper*		48 – 51
Vorlagen		52 – 54
Weiterführende Informationen		55
Glossar		56
Autoren und Organisationen		57
Impressum		58

***HINWEIS:** Die im Leitfaden genannten Tools sind auch über Links auf jbc.medialepfade.de zu erreichen.

Was ist ein BarCamp

Ein BarCamp ist ein Format der Großgruppenmoderation, welches den Teilnehmer(inne)n ein hohes Maß an Verantwortung überträgt. Sie schlagen Inhalte vor, entscheiden über diese, sind für die Durchführung und Dokumentation verantwortlich. Der Einsatz digitaler Instrumente ist ein notwendiger Bestandteil eines BarCamps.

Dieser Leitfaden handelt von sogenannten Jugend-BarCamps, also BarCamps, die mit und für junge Menschen organisiert werden. Sie unterscheiden sich wenig vom konzeptionellen Ansatz klassischer BarCamps, verlangen jedoch teilweise andere pädagogische Rahmenbedingungen.

Anders als bei einer klassischen Konferenz, steht das Programm eines BarCamps, also konkrete Themen und Referent(inn)en, nicht vorab fest. Stattdessen entscheiden alle Anwesenden in einer Session-Planung gemeinsam darüber, welche Themen besprochen werden sollen. Die Themen werden in einem Raster aus mehreren Zeitblöcken und Räumen platziert. Die Diskussionen in den Sessions finden sowohl persönlich vor Ort als auch digital im Netz (z.B. über Twitter) statt, und auch



die Dokumentation (z.B. mit Etherpads) erfolgt durch die Teilnehmer/-innen. Die Gastgeber sorgen für die notwendige Infrastruktur, bestimmen jedoch nicht maßgeblich über die Inhalte.

Grundsätzlich ist ein OpenSpace dem BarCamp sehr ähnlich. Man könnte das Format BarCamp auch als „Digitales OpenSpace“ bezeichnen. Gemeinsam haben sie, dass die Teilnehmer/-innen für die Tagesgestaltung Verantwortung tragen und ihre eigenen Themen und Fähigkeiten einbringen. Die intensive Integration digitaler Instrumente ist für ein OpenSpace keine Grundvoraussetzung. Zu den wesentlichen Unterscheidungsmerkmalen gehört, dass ein BarCamp meist weniger auf Regeln und dafür mehr auf Selbstorganisation und -moderation setzt sowie, dass durch den Einsatz sozialer Medien die Akteure und Diskussionen zwischen den Sessions vernetzt sind und sogar die Einbindung externer Interessierter ermöglicht wird.

Das Format BarCamp wurde erstmals 2005 von IT-Entwickler(inne)n eingesetzt. Seitdem hat es zahlreiche Adaptionen erlebt und auch Mischformen zwischen klassischen Konferenzen und BarCamps sind regelmäßig zu beobachten. Unserer Einschätzung nach sind Adaptionen des Formats absolut statthaft und sinnvoll, wenn der Kontext dies verlangt. Wichtig ist dabei, dass die partizipative Haltung und digitale Öffnung beibehalten werden.

HINWEIS:

Auf Seite 56 befindet sich ein Glossar. Alle blau markierten Begriffe sind dort aufgeführt und erklärt.

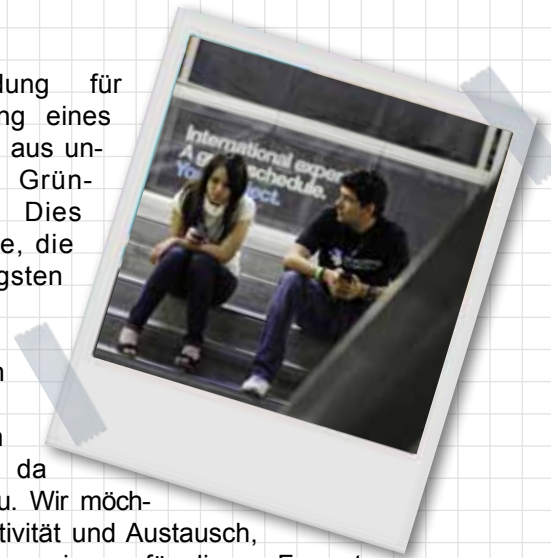
Phase 1: Format- und Themenfindung

Das Format BarCamp ist für viele Situationen und Themenzusammenhänge vorstellbar. Grundsätzlich kann es für alle Themen angewandt werden, die Jugendliche interessieren. In gewisser Weise ähnelt das Format einem **OpenSpace**. Den Unterschied macht die tiefe Integration digitaler Instrumente aus. Bereits in der Vorbereitung gibt es Möglichkeiten, sich zu vernetzen und auszutauschen. Während eines BarCamps sind **Etherpad**, Twitter, Facebook und **GoogleDocs** dann elementare Bestandteile der Kollaboration und Dokumentation.

Wie in allen Beteiligungsprozessen gilt es, einen Lebensweltbezug herzustellen. Die Verantwortung der Veranstalter liegt darin, Jugendliche angemessen und früh zu beteiligen und sich mit ihnen auf ein Oberthema zu verständigen. Wenngleich das Format BarCamp ursprünglich aus dem IT-Bereich kommt, muss nicht jedes BarCamp zwingend einen Bezug auf das Internet nehmen. Auch für Diskussionen klassischer Offline-Themen wie dem Jugendschutz, Bildung oder philosophischen Diskussionen über Glück und Wohlstand kann das Format einen inspirierenden Rahmen schaffen.

Die Entscheidung für die Durchführung eines BarCamps kann aus unterschiedlichen Gründen erfolgen. Dies sind die Gründe, die uns am häufigsten begegnen:

- “Auf unseren klassischen Konferenzen sitzen alle da und hören zu. Wir möchten mehr Aktivität und Austausch, deshalb haben wir uns für dieses Format entschieden.”
- “Unsere Einrichtung möchte neue Wege gehen. Wir können das Internet und soziale Medien nicht aus der Seminararbeit heraushalten, deshalb möchten wir sie produktiv einsetzen.”
- “Wir haben bereits von dem BarCamp-Format gehört und möchten es nun selbst ausprobieren.”
- „Unseren Finanzgebern müssen wir zeigen, dass wir gegenüber innovativen Methoden aufgeschlossen sind.“



Alle genannten Argumente sind legitim und es ließen sich noch viele weitere Gründe aufzählen. Doch das Format stößt nicht nur auf Begeisterung. Der intensive Einsatz von Technologie stellt neue Herausforderungen an die pädagogische Betreuung. Auch liegen noch keine wissenschaftlichen Erhebungen oder Evaluationen vor, die gegenüber traditionellen Formaten einen deutlich höheren Beitrag zur Persönlichkeitsbildung oder zum Lernen bescheinigen.

Das hohe Potenzial an Selbstwirksamkeit und das große Maß an Beteiligung sind die entscheidenden Chancen des JugendBarCamps. Hier können Jugendliche selbst gestalten. Indem sie das tun, tauschen sie sich aus und lernen voneinander. Die Vermittlung von Anwendungskompetenzen in Bezug auf digitale Kollaboration geschieht quasi nebenbei.

Je nach Veranstalter und Themengebiet werden unterschiedliche Zielgruppen von Jugendlichen für ein BarCamp angesprochen. Eine ausgewogene Mischung aus jüngeren und älteren Jugendlichen sowie solchen mit und ohne Vorerfahrungen zum Thema – beziehungsweise mit dem Format – ist der beste Garant dafür, dass sie voneinander und miteinander lernen können.

Zu den Anforderungen an die Teilnehmenden zählt vor allem die Bereitschaft, sich auf offene Prozesse einzulassen und Verantwortung zu übernehmen. Das technische Verständnis für die digitalen Instrumente sowie der methodische Ablauf eines BarCamps können während der Veranstaltung vermittelt werden.

Eine hohe Diversität der Gruppe ist dann kein Problem, wenn der Rahmen für ein konstruktives Miteinander geschaffen wird und unterstützende Maßnahmen angeboten werden. So eignet sich das Format ideal für interkulturelle und mehrsprachige Begegnungen. Hier kann das parallele Diskutieren online und offline das Nachfragen erleichtern und das Verständnis vertiefen.

INFOBOX: ALTER DER JUGENDLICHEN
Eine altersmäßige Untergrenze für Jugend-
BarCamps gibt es nicht. Klar ist jedoch: je
jünger die Zielgruppe ist, desto niedrig-
schwelliger müssen die digitalen Instrumente
angelegt sein. Es ist die Aufgabe der Veran-
stalter und pädagogischen Begleiter/-innen,
hier entsprechende Vorbereitungen zu treffen.



Phase 2: Konzeption und Planung

Ist das Thema gefunden und die Entscheidung für ein JugendBarCamp gefallen, gilt es, die Teilnahmebedingungen zu klären und konzeptionelle Entscheidungen zu treffen. Dazu gehören in der Anfangsphase folgende konzeptionelle Fragen:

- Ab wann möchten wir Jugendliche involvieren? Aus unserer Sicht ist es wichtig, Jugendliche so früh wie möglich einzubinden. Ein hoher Partizipationsgrad ermöglicht den Jugendlichen, wichtige Lernfelder für sich zu erschließen.
- Wie lange soll das JugendBarCamp dauern? Durch welche Maßnahmen und Veranstaltungen wird das JugendBarCamp eingerahmt?
- Wie viele Teilnehmer/-innen sollen angesprochen werden? Wie viele Teilnehmer/-innen sind, auch hinsichtlich Organisation und Finanzierung, mindestens nötig und höchstens möglich?
- Wie viel Unterstützungsleistung braucht die Zielgruppe im Vorfeld, zu Beginn und während der Veranstaltung?
- Wen möchten wir erreichen? Können wir uns vorstellen, auch jugendliche Teilnehmer/-innen

außerhalb unseres eigentlichen Adressatenkreises aufzunehmen?

- Wo und wie erreichen wir Teilnehmer/-innen, die wir bislang nicht erreicht haben?

Mit der Festlegung auf eine Zielgruppe und den Rahmen eines JugendBarCamps besteht Klarheit darüber, welche Erfahrungen und Fähigkeiten von den Teilnehmer(inne)n erwartet werden können. Dementsprechend kann von Teilnehmer(inne)n und Thema ausgehend über notwendige Unterstützungsangebote nachgedacht werden. Diese sollten gemeinsam mit den Jugendlichen im Konzeptions-Team geplant werden, um nicht ungewollt eine stärkere Hierarchie als nötig zu etablieren.

INFOBOX: UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE
JugendBarCamps sind ein Instrument der Bildungsarbeit. Sie müssen ein größeres Maß an Unterstützungsangeboten sicherstellen, als klassische BarCamps vorsehen. Ziel ist es, alle Teilnehmer/-innen in die Lage zu versetzen, sich angemessen und selbstorganisiert einzubringen. Mögliche Unterstützungsangebote sind beispielsweise Tutoren, Experten und

Joker.

Das Format JugendBarCamp ist bei den wenigsten Jugendlichen schon bekannt. Dies kann sich nachteilig auf die Selbstorganisation auswirken. Eine Möglichkeit, diesem zu begegnen, ist die Ausbildung einzelner Jugendlicher zu Tutor(inn)en.

Themen der Tutor(inn)en-Ausbildung sind beispielsweise die Einführung in das Format, die begleitenden digitalen Instrumente und die Aufgaben der Teilnehmer/-innen. Aufgabe der Tutoren ist es, selbst als aktive Teilnehmer/-innen mitzuwirken und damit den anderen Jugendlichen ein Vorbild zu sein. Zugleich sollen sie andere Teilnehmer/-innen zur aktiven Mitarbeit im BarCamp motivieren beziehungsweise sie dabei unterstützen.

Tutor(inn)en können unterschiedlich prominente Rollen in einem JugendBarCamp wahrnehmen. Je nach Relevanz der Unterstützungsangebote für die jeweilige Zielgruppe können sie entweder als normale Teilnehmer/-innen mitwirken oder darüber hinaus als unterstützende Ansprechpartner der Jugendlichen gekennzeichnet sein. Hierfür bieten sich unterschiedlich farbige Namensschilder, ein Tutor(inn)en-T-Shirt oder ähnliche Markierungen an. Ebenfalls vom Erfahrungsniveau der Teilnehmenden ist das fachliche Niveau der

Veranstaltung abhängig. Als Veranstalter kann von den Jugendlichen nicht notwendigerweise Fachwissen, sondern vor allem Erfahrungswissen vorausgesetzt werden.

Welche konkreten Themen angeboten, und wie intensiv diese bearbeitet werden, hängt auch von der Tagesform und Stimmung ab. Um hier einen anregenden Impuls zu geben, können die Organisator(inn)en Expert(inn)en einladen, die auf das Thema einstimmen und inspirierende Fragestellungen anbieten. Im Ablauf eines JugendBarCamps könnte ein solcher Input beispielsweise als Einstimmung in den Tag oder die Gesamtveranstaltung integriert sein.

Eine weitere Einsatzmöglichkeit für die Expert(inn)en ist die Rolle als Joker. In diesem Fall werden sie mit ihren Themenfeldern bei der Session-Planung aufgerufen und zu einzelnen Sessions als Unterstützung im Hintergrund angeboten. Auf diese Weise wird eine Zuordnung von Fachleuten zu den Sessions abgesichert, was sich bei klassischen BarCamps höchstens zufällig ergibt. In den Sessions können die Jugendlichen – je nach Bedarf – das Wissen der Joker unterschiedlich intensiv einbinden.

Phase 3: Planung eines JugendBarCamps

Am besten wird zu Beginn ein Organisations-Team zusammengestellt, das die Veranstaltung gemeinsam plant. Schon hier sollten Jugendliche involviert sein, um von Anfang an möglichst partizipative Strukturen zu schaffen. Gemeinsam lassen sich die auf Seite 10 gestellten Leitfragen beantworten und daraus Konsequenzen und Aufgaben ableiten.

Das Vorbereitungs-Team kann sich in folgende Bereiche aufteilen:

- Konzeptions-Team
- Organisations-Team (Raumplanung, Catering)
- Team Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
- Team Teilnehmer/-innen-Betreuung
- Technik-Team
- Team Finanzierung

Konzeptions-Team:

Das Konzeptions-Team sollte alle beteiligten Pädagog(inn)en und Vertreter der Jugendlichen vereinen, um hier eine möglichst breite Zustimmung bei allen zu erreichen und gemeinsam Entscheidungen zu treffen. Die weiteren Teams können sich je nach Gruppenstärke des Gesamt-Teams aufteilen. In einem ersten Treffen

sollten die Phasen der Vorbereitung definiert werden. Gemeinsam wird abgesprochen, was zu tun ist, wer Lust hat, sich in welchem Team zu engagieren und bis zu welchen Zeitpunkten welche Phasen abgeschlossen sein müssen.

Konzeptionell gilt es zu überlegen, wie lange das Jugend-BarCamp dauern soll. Von ein- bis dreitägigen Veranstaltungen gibt es gute Erfahrungen. Auch Mini-BarCamps von drei bis vier Sessions sind denkbar, vermitteln aber kaum das kreative Potential von "richtigen" BarCamps. Je mehr Zeit gegeben ist, desto mehr Angebote sind auch außerhalb der BarCamp-typischen Session-Slots möglich. So sollte im Konzeptions-Team zum Beispiel überlegt werden, wie die Teilnehmer/-innen willkommen geheißen werden. Meist ist es eine gute Idee, den Einstieg noch durch die Organisatoren zu gestalten, um die Jugendlichen – vor allem, wenn sie sich untereinander noch nicht kennen – nicht gleich zu Beginn zu überfordern. Je näher dieser Einstieg am Gesamt-Thema ist, desto besser (vgl. hierzu die LAN-Party auf dem Gamescamp, Seite 46). Schon im Vorfeld sollte auch das Zeit-Raum-Raster geplant werden. Das heißt, der Tag wird zeitlich strukturiert und in Zusammenhang mit den verfügbaren Räumlichkeiten gesetzt (siehe Raum-Empfehlungen auf Seite 14).

Beim Erstellen der Session-Matrix von JugendBarCamps ist es nicht ratsam, das Raster von Erwachsenen-BarCamps zu übernehmen (60 – 90 Minuten). Kurze Session-Zeiten (45 – 60 Minuten) sind in der Regel zielführender, denn sie zwingen zu präzisen, nicht allzu ausschweifenden Diskussionen. Dennoch möchten Jugendliche nicht im Schultakt einen ganzen Tag lang von Thema zu Thema springen, sondern sich zwischendurch auch ganz praktisch oder ausführlicher einem Thema widmen. So kann zum Beispiel für die Nachmittagszeit ein längerer Praxis- oder Outdoor-Slot eingeplant werden, der den Tag auflockert und Methoden-Wechsel möglich macht. Ebenso gibt es gute Erfahrungen mit einem längeren Einstiegs-Slot, um sich an das Format zu gewöhnen.

Hinsichtlich der Frage nach der maximalen Raumanzahl deuten bisherige Erfahrungswerte an, dass Jugendliche ein Mehr an Angebot nicht als Vorteil wahrnehmen. Große Wahlmöglichkeiten führen hier eher zu Unzufriedenheit, weil man so viele tolle Angebote verpasst. Diese Grenze ist sehr individuell, deswegen kann hier nur schwer eine Empfehlung ausgesprochen werden. Zu viele parallele Sessions können auch der Orientierung abträglich sein. Je nach Konzeption ist es möglicherweise notwendig, nur einen Teil der sich bewerbenden Teilnehmer/-innen anzunehmen, was zum Beispiel durch Platzmangel,

Finanzierung oder die bewusste Entscheidung für eine Höchstzahl an TeilnehmerInnen begründet sein kann. Diese Begrenzung sollte von Anfang an transparent kommuniziert werden und das Konzeptions-Team sollte sich im Vorfeld Gedanken darüber machen, wie das Auswahlverfahren aussehen soll. Dabei ist von “first come, first served” über eine inhaltliche Bewerbung und Auswahl-Jury, Segmentierung (z.B. nach geografischer Verteilung, Alter, Geschlecht, Diversität etc.) bis hin zu Losverfahren vieles denkbar. Nur klar erkennbar sollte es für alle Bewerber sein.

Organisations-Team:

Ein zentraler Punkt ist, einen geeigneten Ort für das JugendBarCamp zu finden. Dieser sollte dem Budget entsprechen, aber vor allem ausreichend Einzelräume bieten, um genügend Sessions parallel abhalten zu können. Zudem wird ein großer Raum gebraucht, in dem alle Teilnehmer/-innen gleichzeitig Platz finden. Die Laufwege zwischen den einzelnen Räumen sollten möglichst kurz gehalten werden, damit ein Wechsel zwischen den Sessions leicht möglich und der Zeitverlust möglichst gering gehalten wird. Zur groben Orientierung der Raumplanung dient die Matrix auf Seite 14 – vor Ort ist dennoch häufig viel Raum für Improvisation. Beispielsweise kann eine kleine Sitzecke schnell zu einem Session-Raum umfunktioniert werden.

Gruppengröße	Raumgröße					Gesamt-Räume	
	10 Pers.	20 Pers.	40 Pers.	60 Pers.	80 Pers.	100 Pers.	150 Pers.
20 – 40	2						
40 – 60	2		1				
60 – 80	1	1		1			
80 – 100	2	2	1		1		3
100 – 150	2	3	1			1	4
			2				5
							6
							8

Matrix Raumgrößenplanung

Eine wichtige Voraussetzung von JugendBarCamps ist der Zugang zum Internet. Die Sessions werden online gemeinschaftlich dokumentiert, offene Fragen werden per Internet häufig direkt während der Session recherchiert, es wird über Twitter und andere soziale Netzwerkdienste kommuniziert. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass in vielen Seminarhäusern die WLAN-Netze vor Ort der technischen Belastung durch die Vielzahl an Geräten nicht standhalten. Daher sollte frühzeitig mit dem technischen Personal vor Ort eine ausreichende Internet-Bandbreite sichergestellt werden. Auch eine inspirierende und offene Atmosphäre sowie gutes Catering tragen bei einem JugendBarCamp zu einer besseren Stimmung und besseren Ergebnissen bei. Je nach Art der Veranstaltung kann eine „Paket-Lösung“ Sinn machen, die gemeinsames Catering und eine gemeinsame Unterkunft aller Teilnehmer/-innen kombiniert. So kann die Gruppe als solche besser zusammenwachsen und eine sehr produktive Stimmung entsteht.

Team Werbung und Öffentlichkeitsarbeit:

Diesem Team fällt die Rolle zu, eine Strategie zu erarbeiten, wie die gewünschten jugendlichen Zielgruppen erreicht werden können, wie das JugendBarCamp in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden soll und welchen offiziellen Nutzen der Veranstalter und die Teilnehmer/-innen aus dem JugendBarCamp ziehen sollen.

An erster Stelle steht die Analyse der zu erreichenden Zielgruppen: An welchen Orten und über welche Medien sind diese am besten zu erreichen? Wer sind die Multiplikator(inn)en für Botschaften und Einladungen, und wie müssen Letztere formuliert sein, damit sie ankommen und wirken? Danach richtet sich die Kampagne zur Öffentlichkeitsarbeit: Zunächst werden

die Texte geschrieben, wobei durch das gemeinsame Verfassen mit Jugendlichen verhindert werden kann, eine Sprache zu verwenden, die die Zielgruppe nicht versteht. Unter Beachtung rechtlich gekläarter Lizenzen wird Bildmaterial ausgewählt. Am besten greift man hier auf Bildmaterial zurück, das einer Creative Commons-Lizenz unterliegt. Flyer, Banner und Webseite werden konzipiert und entweder gleich im Team umgesetzt oder bei (Web-)Designer(inne)n in Auftrag gegeben. Für BarCamps haben sich typische Stilmittel etabliert, die ebenfalls unter der Creative Commons-Lizenz CC BY verwendet werden dürfen.



<http://barcamp.org/w/page/405009/SpreadBarCamp>

Neben den neuen Kommunikationswegen Jugendlicher, hier insbesondere den sozialen Medien, sollten auch traditionelle Kanäle wie Zeitung und Radio nicht vergessen werden. Nach wie vor werden auch auf diesem Weg viele Schüler/-innen, häufig über deren Eltern, auf Angebote der Jugendarbeit aufmerksam. Auch Werbeschaltungen auf Facebook oder bei Google Adwords können sich lohnen und erbringen meist gute Ergebnisse bei relativ geringem finanziellem Aufwand.

Team Teilnehmer/-innen-Betreuung:

Hier ist ein zuverlässiges Team sehr wichtig, das den sich anmeldenden Jugendlichen als Ansprechpartner zur Verfügung steht und zeitnah auf deren Fragen reagiert. So werden insbesondere im Rahmen von JugendBarCamps, bei denen Einzel-Anmeldungen von dem Veranstalter unbekanntem Jugendlichen zugelassen sind, Verbindlichkeit und Sicherheit vermittelt. Dieser erste Kontakt entscheidet häufig darüber, ob ein angemeldeter Jugendlicher tatsächlich zum JugendBarCamp kommt, und sollte deswegen besonders gewissenhaft gehandhabt werden. Hier darf auch der Aufwand nicht unterschätzt werden, der durch zahlreiche Nachfragen, individuelle Organisationsherausforderungen und den häufigen Kontakt mit den Teilnehmer(inne)n und deren Begleitpersonen und Erziehungsberechtigten entsteht.

Die Organisation wird hier durch im Vorfeld formulierte Standard-E-Mails, Routinen für die Anmeldung und die regelmäßige Kommunikation der aktuellen Anzahl von Anmeldungen an die anderen Teams erleichtert: das Konzeptions-Team behält so den Gesamtüberblick und das Organisations-Team kann die Buchung von Übernachtungen und Catering anpassen. Zudem sollte überlegt werden, wie sich die Teilnehmer/-innen anmelden können und wie sie Rückmeldungen erhalten sollen. Abhängig von der konzeptionellen Entscheidung, wer

aufgrund welcher Auswahlkriterien zum JugendBarCamp zugelassen wird, ist das Erarbeiten eines transparenten Verfahrens zur Rückmeldung an alle Bewerber/-innen ratsam.

Im Vorfeld des BarCamps ist es sinnvoll, die Teilnehmer/-innen mit Informationsmaterial zu Format und Ablauf eines JugendBarCamps zu versorgen. Dieses sollte auch Anleitungen dazu enthalten, wie Sessions selbst vorbereitet und gestaltet werden können und wie die eingesetzten Kommunikations- und Dokumentationsmedien (z.B. Twitter, Etherpads etc.) angewandt werden. Eine Übersicht der wichtigsten Links, zum Beispiel zu Session-Vorschlägen, Anfahrtsinformationen, dem Twitter-Hashtag der Veranstaltung, ist ebenfalls hilfreich. Im Anhang finden Sie hierzu entsprechende Vorlagen. Möglichst frühzeitig sollte ein guter Kontakt zu den Betreibern des Veranstaltungsortes aufgebaut werden, denn erfahrungsgemäß ergeben sich bis kurz vor Beginn des JugendBarCamps regelmäßige Änderungen: Teilnehmer/-innen sagen ab, andere kommen hinzu; Zimmerbelegungen müssen umgebucht werden etc. Ein guter Kontakt erleichtert hier einen erfolgreichen Start in die Präsenz-Veranstaltung.

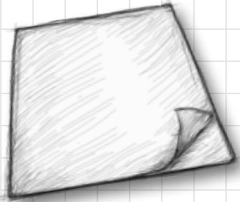
Technik-Team:

Dieses Team plant die benötigte Technik. Diesem Thema ist ein eigenes Kapitel gewidmet, deswegen an

dieser Stelle nur zwei besondere Aspekte: Mindestens ein Team-Mitglied sollte sich grundlegend mit Netzwerken (LAN und WLAN) sowie mit Veranstaltungstechnik auskennen. Werden Jugendliche in dieses Team eingebunden, ist das eine Chance für sie, in diesem Bereich grundlegende Kompetenzen zu erwerben oder zu erweitern.

Team Finanzierung:

Für die Teilnehmer/-innen sind BarCamps und die Verpflegung während des Tages meist kostenlos. Auch bei JugendBarCamps hat sich dies bewährt. Manchmal werden sogar Übernachtung und Anreise vom Veranstalter übernommen. Dies ermöglicht auch sozial schwächer gestellten Jugendlichen die Teilnahme. Allerdings bedeutet dies erhöhten Aufwand für den Veranstalter, denn er muss Finanzierung, Teilnehmerzahl und Fixausgaben in Einklang bringen. Viele BarCamps finanzieren sich durch Sponsoring: Die Veranstaltungsorte und das Catering werden dadurch meist kostenlos zur Verfügung gestellt. Für Referent(inn)en fallen keine Kosten an, da es im klassischen Sinne keine gibt. Bei JugendBarCamps weicht man hiervon jedoch oft bewusst ab und muss dafür Mittel einplanen. Wie bei anderen Veranstaltungen auch, empfiehlt es sich bei Veranstaltungen für Jugendliche, sich um Fördermittel zu bemühen.



Phase 4: Ausschreibung und Informationsarbeit

Auch JugendBarCamps wollen zielgruppengerecht und adäquat beworben werden. Die Definition der Zielgruppe bestimmt, ob die Informationsmaßnahmen in einem lokalen, regionalen oder internationalen Rahmen stattfinden. Grundsätzlich bietet sich eine Mischung aus Online- und Offline-Maßnahmen an, die das unterschiedliche Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen berücksichtigt.

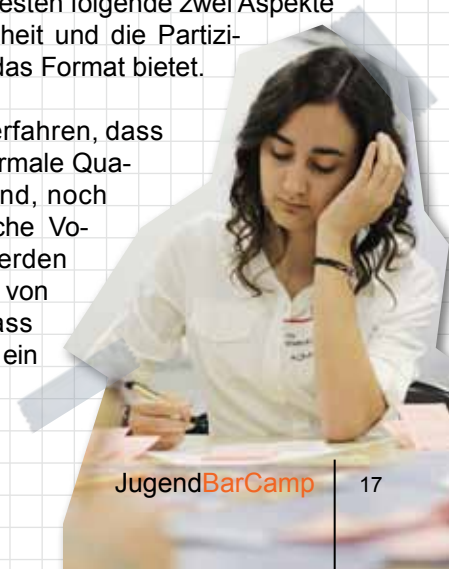
Die Basis der Online-Kommunikation bildet idealerweise die eigene Homepage beziehungsweise eine eigens für das JugendBarCamp erstellte Webseite, die grundlegende Informationen bereitstellen. Als zentrale Kommunikationsplattform bietet sich bei Jugendlichen vor allem Facebook an. Hier empfiehlt sich die Erstellung eines Facebook-Events speziell für das JugendBarCamp, zu dem eingeladen wird und das von den TeilnehmerInnen an ihre Freunde weiterempfohlen werden kann. Bei der Ausschreibung eines JugendBarCamps sollten auch die analogen und klassischen Kanäle nicht außen vor gelassen werden. Mit einer Pressemitteilung


und der direkten Ansprache von Journalisten kann der Terminhinweis in Radio und Printmedien platziert werden. Für Schulen und Jugendclubs eignen sich die Erstellung und Verteilung von Flyern.

Was kommunizieren?

Bei der Planung eines BarCamps für Jugendliche sollte man davon ausgehen, dass das Format noch unbekannt ist. Daher empfiehlt es sich, schon in der Ausschreibung auf die Besonderheiten des Formats einzugehen und den Teilnehmer(inne)n einen Eindruck davon zu vermitteln, was sie erwartet. Bei einer solchen Beschreibung stehen am besten folgende zwei Aspekte im Vordergrund: die Offenheit und die Partizipationsmöglichkeiten, die das Format bietet.

Die Jugendlichen sollten erfahren, dass für die Teilnahme weder formale Qualifikationen erforderlich sind, noch inhaltliche oder methodische Voraussetzungen erfüllt werden müssen. Stattdessen wird von Anfang an vermittelt, dass jeder einzelne Teilnehmer ein Thema einbringen kann.





Es gilt, den Jugendlichen Mut zu machen: Jeder weiß etwas, jeder kann etwas und jeder hat etwas mitzuteilen, das für andere interessant ist.

Die Teilnahme an einem BarCamp ist in der Regel kostenfrei. Dennoch fallen Kosten für Anreise und Unterbringung an. Bei klassischen BarCamps werden diese Kosten von den Teilnehmer(inne)n selbst getragen, während die Organisatoren "nur" für die Bereitstellung von Veranstaltungsort, Verpflegung und die technische Infrastruktur verantwortlich sind. Bei einem JugendBarCamp

hingegen sollte bedacht werden, dass anfallende Kosten ein großer Hinderungsgrund für Jugendliche sein können. Lässt das Budget die Erstattung von Fahrtkosten oder die Unterbringung der Teilnehmer/-innen in einer Jugendherberge zu, dann müsste dies ebenfalls in der Ausschreibung genannt werden. Auch auf die digitalen Instrumente sollte frühzeitig hingewiesen werden.

Es ist bislang nicht selbstverständlich, dass für ein Format der Jugendarbeit so aktiv zum Mitbringen digitaler Endgeräte und der aktiven Nutzung selbiger während der Veranstaltung motiviert wird. Die Teilnehmer/-innen müssen darüber informiert sein, dass sie für ihre Geräte selbst verantwortlich sind. Idealerweise können benötigte Laptops, Aufnahmegeräte etc. daher vom Veranstalter bereitgestellt werden. Die Ausschreibung dient auch der Informationsabfrage bezüglich bereits vorhandener Vorerfahrungen der Bewerber/-innen. Wichtig ist, etwaige Auswahlkriterien, zum Beispiel Alter, Geschlecht oder regionale Herkunft, im Vorfeld transparent und nachvollziehbar zu kommunizieren. Empfehlenswert ist es, die Abfrage der Informationen möglichst auf ein Minimum zu reduzieren und keine unnötigen Daten abzufragen. Vor allem bei Kindern und Jugendlichen ist Daten-Sparsamkeit gefordert und wird ein sorgsamer Umgang mit den erhobenen Informationen vorausgesetzt.



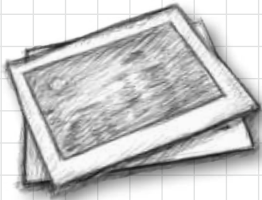
Phase 5: Vorab-Kommunikation, Session-Vorschläge

Regelmäßige Kommunikation und frühe Kontaktaufnahme mit den Teilnehmer(inne)n schaffen Verbindlichkeit und Planungssicherheit. Gute Erfahrungen wurden mit Facebook-Gruppen gemacht, in denen sich die Teilnehmer/-innen zu einem frühen Zeitpunkt sammeln und vernetzen. Dies kann auch über Twitter geschehen, wodurch frühzeitig ein Hashtag für das JugendBarCamp eingeführt wird. So entsteht im Vorfeld eine Community, die aktiv in die Vorbereitung und Planung mit einbezogen werden kann. In der für das JugendBarCamp geschaffenen Facebook-Gruppe oder mit Hilfe des BarCamp-Tools (siehe S. 48-50), sollten die Teilnehmer/-innen in regelmäßigen Abständen mit neuen Informationen und organisatorischen Details zur Veranstaltung versorgt werden. Die Kommunikation im Vorfeld eines JugendBarCamps sollte dazu genutzt werden, gemeinsame Ideen zu entwickeln und Session-Vorschläge zu sammeln. Ein weiterer Schwerpunkt der Vorab-Kommunikation kann die Einführung in das Format BarCamp und die geplanten digitalen Instrumente sein. Mit Links

zu Tutorials oder Videos können einige essentielle Kenntnisse vorab vermittelt und die Lust am Ausprobieren angeregt werden. Ebenso können Leitfäden und Info-Kits als Informationen zum Download angeboten werden.

INFOBOX: HASHTAG

Für die Kommunikation während eines BarCamps hat sich der Microblogging-Dienst Twitter etabliert. Der Dienst eignet sich für die Beantwortung von organisatorischen Detailfragen und das Hinweisen auf Inhalte und Diskussionen unter den Teilnehmer(inne)n. Impressionen, Fragestellungen oder besonders nennenswerte Erkenntnisse einer Session können via Twitter mit Teilnehmer(inne)n und der Öffentlichkeit geteilt werden. Twitter basiert auf einem System der Verschlagwortung mittels sogenannter Hashtags. Hashtags ermöglichen das Auffinden aller Beiträge, die im Zusammenhang mit dem BarCamp/Thema stehen. Die Beiträge rund um die JugendBarCamps des Deutsch-Französischen Jugendwerks sind beispielsweise mit dem Hashtag #bcdfw gekennzeichnet. Das Gamescamp nutzt den Hashtag #gamescamp.



Sammlung von Session-Vorschlägen

Zu Beginn der Session-Sammlung sollte noch einmal erklärt werden, was eine **Session** ist und wie sie gestaltet wird. Eine Session ist weder ein Vortrag, noch ein Workshop oder die Rede eines Einzelnen. Im Zusammenhang mit BarCamps können Sessions am ehesten mit zwanglosen Arbeitsperioden und Diskussionsrunden verglichen werden. Es gibt so viele parallele Sessions, wie im Zeit- und Raumplan des BarCamps vorgesehen sind.

Die Themenwahl ist offen und orientiert sich am Titel des JugendBarCamps. Unerwartete oder auf den ersten Blick vermeintlich themenfremde Session-Vorschläge sollten nicht pauschal abgelehnt werden. Die inhaltliche Ausgestaltung eines BarCamps liegt in der Verantwortung der Teilnehmer/-innen. Sie haben das Recht und die Freiheit, den Titel zu interpretieren oder neue Themen auf die Agenda zu setzen. Eine regelmäßig wiederkehrende Frage ist die nach der Vorbereitung einer Session.

Auch hierfür gibt es kein festgelegtes System, sondern nur Empfehlungen, die gegeben werden können. Sessions sind so vielfältig wie ihre Initiator(inn)en und können:

- Projekte, Projektideen und Initiativen vorstellen,
- Feedback und Vorschläge für Ideen oder Projekte einholen,
- Thesen aufstellen und zur Diskussion stellen,
- wechselseitigen Informationsaustausch zum Ziel haben,
- gemeinsam Lösungen für ein Problem oder einen Konflikt suchen,
- einen Kurzvortrag zu einem Thema anbieten.

Es bleibt den Session-Initiator(inn)en selbst überlassen, ob sie eine (digitale) Präsentation vorbereiten oder darauf verzichten. Idealerweise beginnt eine Session mit einem kurzen Input seitens der Session-Initiator(inn)en. Daran schließt sich die Diskussion mit den Session-Teilnehmer(inne)n an, für die der größte Zeitanteil der Session vorgesehen ist. Insbesondere unerfahrenen Teilnehmer(inne)n von JugendBarCamps hilft der Hinweis darauf, dass Sessions selbstverständlich auch zu zweit oder in einer Gruppe vorbereitet und angeboten werden können.

Ein Aufruf zur Einreichung von Session-Vorschlägen im Vorfeld des BarCamps sollte in jedem Fall erfolgen. Empfehlenswert ist, einen solchen Aufruf in *einer Gruppe/einem* Forum zu starten und nicht über mehrere Plattformen zu kommunizieren, damit thematische Ähnlichkeiten und Synergien von den Teilnehmer(inne)n identifiziert werden können.

Die Auseinandersetzung mit Session-Vorschlägen ist ein wichtiger Bestandteil der Vorbereitung. Gleichwohl gilt es zu bedenken, dass die Vorschläge unverbindlicher Natur sind und niemand gezwungen ist, die vorgeschlagene Session während des BarCamps anzubieten.

Organisatorische Details

Ein nicht zu unterschätzender Kommunikationsaufwand im Vorfeld eines Jugend-BarCamps sind die organisatorischen Details, wie An- und Abreise, Unterkunft und Verpflegung. Für organisatorische Fragen sollte eine Ansprechperson benannt werden, die vor, während und nach der Veranstaltung bei Fragen

zur Verfügung steht. Sichergestellt werden sollte die Kommunikation mit den Eltern von minderjährigen Kindern und Jugendlichen. Die Teilnahmeerlaubnis durch die Erziehungsberechtigten und gegebenenfalls die Erlaubnis, Fotos der Teilnehmenden zu veröffentlichen, sollten ebenfalls nicht vergessen werden.



Aus der Praxis:

Interview mit Béatrice Angrand (deutsch-französisches JugendBarCamp)

Seit November 2011 hat das Deutsch-Französische Jugendwerk vier internationale JugendBarCamps organisiert. Die intensive Einbindung sozialer Medien in die Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltung sowie das Barcamp-Format an sich stellten eine Herausforderung für das Jugendwerk dar. Jörg Eisfeld-Reschke sprach mit der Generalsekretärin Béatrice Angrand über die Konzeption des BarCamps, ihre inhaltliche und pädagogische Bewertung des Formats und darüber, was das Deutsch-Französische Jugendwerk (DFJW) gelernt hat.

Wie kam es dazu, dass das DFJW ein BarCamp veranstaltet hat?

Es gibt mehrere Gründe. Erstens versteht sich das DFJW als Versuchslabor für die Deutsch-Französischen Beziehungen von Morgen, sodass wir immer mit dem Gedanken spielen, was wir neu erfinden können und was wir erproben können. Neue Medien sind da natürlich ein Thema, mit dem wir uns stark beschäftigen, weil klar ist, dass sich junge Menschen heute auf eine ganz andere Art begegnen als gestern.

Was ist Ihr Eindruck vom BarCamp?

Ich bin wieder in meiner Überzeugung bestätigt worden, dass man den Menschen Vertrauen schenken soll. Die jungen Menschen sind gekommen und haben in einem lockeren Rahmen alles allein in den Griff bekommen: Organisation, Aufteilung in kleineren Gruppen, Auswahl der Themen. Das haben sie alles allein gemacht, ohne dass wir groß eingreifen mussten.

Gab es Befürchtungen oder Skepsis gegenüber dem Format?

Es gab eher eine Diskussion über die Pädagogik und die Frage: Wie kann man sicher sein, dass eine richtige Begegnung, ein richtiges Treffen zwischen den jungen Menschen stattfindet und nicht nur ein nettes Kennenlernen. Die Befürchtung war, dass wenn keine begleitenden Instrumente, keine Teamer, keine Zeit im Kalender für Reflexion vorgesehen sind, vielleicht nicht viel aus dieser Begegnung entsteht. Wir haben aber gesehen, dass die Begegnung dank der neuen Medien sehr nachhaltig geworden ist. So zum Beispiel wird die dazugehörige Facebook-Seite immer noch gefüllt, die Teilnehmer/-innen bleiben also in Verbindung, und das auch nicht nur mit oberflächlichen Diskussionen, sondern mit interessanten Gesprächen.

Eignet sich das Thema “Glück und Wohlstand” für ein BarCamp?

Das einzige, was wir den Teilnehmer(inne)n vorgeben wollten, war ein Oberthema. Die Frage, die im Raum stand, war: Hat die Jugend heute mehr Aussichten und Chancen als die ältere oder andere Generationen?

Mit der Themenwahl haben wir uns damit auf Neuland begeben. Im Gegensatz zu den üblicherweise internet- und technikbezogenen BarCamps, setzte das DFJW bewusst auf ein eher philosophisches Rahmenthema. Wie sich zeigte, eignet sich ein solches sehr gut für ein BarCamp, weil das Format in besonderem Maße Raum für offene Diskussionen bietet.

Was hat das DFJW aus der Erfahrung mitgenommen?

Das DFJW hat sehr viel mitgenommen. Erstens die feste Entscheidung und große Lust, ein zweites deutsch-französisches JugendBarCamp zu organisieren. Was für uns intern im Haus wichtig ist, ist auch die Überzeugung, dass neue Medien ein Plus sind und nicht nur eine Gefahr für den Austausch zwischen jungen Menschen. Der Dialog auf Augenhöhe macht großen Spaß, vor allem wenn er gleichzeitig online und offline stattfindet.



<http://www.youtube.com/watch?v=j5OWcl6TOXY>
Interview mit Béatrice Angrand in deutscher Sprache



Phase 6: Vorbereitung von Technik und Material

Es geschieht auf BarCamps immer wieder, dass der Internetzugang überlastet ist. Das ist in dem Moment zwar ärgerlich für die Teilnehmer/-innen, aber für die Veranstalter ist es ein positives Zeichen: Die digitale Kollaboration wird intensiv genutzt! Dennoch sollte man sich bereits im Vorfeld um eine gute Internetversorgung kümmern. Auf Aussagen wie „Klar haben wir im Tagungshaus Internet“ ist selten Verlass. Ein BarCamp verlangt nicht nur eine hohe Bandbreite, es müssen auch mehrere Dutzend Endgeräte Anschluss finden. Unter Umständen bringen alle Teilnehmer/-innen mindestens ein Endgerät, manchmal auch zwei (Laptop und Smartphone), mit.

Am besten ist ein persönliches Gespräch mit den Haus-technikern, um folgende Fragen zu beantworten:

- Wie hoch ist die tatsächliche Bandbreite des Internetzugangs?
- Kann die Bandbreite für den Zeitraum der Veranstaltung aufgestockt werden?
- Wie viele Endgeräte können die eingesetzten Router verbinden?

- Ist das WLAN in allen Räumen zu empfangen?
- Können zusätzlich LAN-Kabel in den Räumen angeschlossen werden?

Die Verfügbarkeit von schnellem Internet ist für das Gelingen eines BarCamps von zentraler Bedeutung und ähnlich bedeutsam für die Stimmung wie gute Verpflegung. Es braucht den Zugang zu gemeinsamen Dokumenten und Plattformen, um das gemeinsame Arbeiten digital abbilden und ergänzen zu können. Daher ist eine Bandbreite von sechs MBit wünschenswert. Als Notlösung sollte auch geprüft werden, ob in allen Räumlichkeiten ausreichend UMTS-Empfang besteht. Wenn dies der Fall ist, kann ein Veranstalter mit Hilfe von UMTS-Sticks und Ersatz-Routern eine Notversorgung gewährleisten.

Der Jugenschutz sieht vor, dass Jugendlichen bestimmte Inhalte im Internet nicht zugänglich gemacht werden dürfen und der Veranstalter dafür Sorge tragen muss. Nun stellt sich die Situation bei einem JugendBarCamp so dar, dass die meisten Jugendlichen ihre eigenen Endgeräte mitbringen. Vorinstallierte Filter kommen daher nicht in Frage. Angemessenere Herangehensweisen sind gemeinsam mit den Jugendlichen entwickelte Regelungen (Nutzungsordnung) oder eine Aufsicht, die beispielsweise durch eine freiwillige Selbstkontrolle der Jugendlichen ergänzt wird. Meist reicht ein Hinweis auf

geltendes Recht aus, um das Bewusstsein der Anwesenden zu schärfen.

Der technische Bedarf eines JugendBarCamps ist abhängig von der Größe der Veranstaltung, der Intensität des Einsatzes digitaler Instrumente sowie den Endgeräten, die die Jugendlichen selbst mitbringen. In der folgenden Tabelle nehmen wir daher die Unterscheidung zwischen der technischen Mindestausstattung und der wünschenswerten Technikausstattung vor. Die zusätzliche Technikausstattung betrifft insbesondere die erweiterte Dokumentation der Veranstaltung.

Technische Mindestausstattung

- mindestens ein LAN-Kabel für den Präsentations-Laptop
- Steckdosen in allen Räumen (für jeden vierten Teilnehmer)
- mehrere Beamer (ggf. Fernseher als alternative Screens)
- Laptops zur Dokumentation in den Räumen
- Tonanlage (ab 50 Personen notwendig)
- Notfallset für UMTS-Versorgung (UMTS-Stick, Router, Bridge)



Wünschenswerte Technikausstattung

- mehrere LAN-Kabel in allen Räumen
- ausleihbare Endgeräte (Laptop, Tablet) für TeilnehmerInnen
- Bühne mit Lichttechnik für das Plenum
- weitere Screens mit Session-Plan und weiteren Informationen

Zusätzliche Technikausstattung

- Audio-Aufnahmegeräte (für die Dokumentation)
- Video-Aufnahmegeräte (für die Dokumentation)

Heutzutage braucht es keinen Ü-Wagen vom Fernsehen mehr, um eine Veranstaltung live zu übertragen. Ein internetfähiges Smartphone reicht bereits aus. Für den Fall, dass einige Sessions übertragen und aufgezeichnet werden sollen, muss entsprechende Hardware (mindestens Laptop, Kamera, Stativ, Mikrofon) bereitgestellt werden. Die Übertragung kann über kostenlose Livestreaming-Anbieter wie www.ustream.tv und www.make.tv erfolgen.

Der Einsatz digitaler Instrumente ist für ein BarCamp von großer Bedeutung. Doch Technik ist nicht alles. Je nach Situation und Session kann es sein, dass die Jugendlichen ebenso gerne auf Material wie Pinnwand und Flipchart zurückgreifen möchten. Mindestens eines von

beiden sollte in jedem Raum zur Verfügung stehen. Es ist ratsam, bei den Teilnehmerunterlagen, in den Räumen oder am Info-Tisch Papierblöcke und Kugelschreiber zur Verfügung zu stellen. Wie viel Technik eingesetzt werden kann, ist maßgeblich eine Ressourcenfrage. Stellt das Tagungshaus nicht das gesamte benötigte Equipment zur Verfügung, so kann auf externe Dienstleister zurückgegriffen werden. Und auch das Personal zur Betreuung der Hardware ist eine endliche Ressource, die bedacht werden sollte.



Phase 7: Planung der Tools zur Online-Kollaboration

Die Session-Planung ist während eines JugendBarCamps der zentrale Dreh- und Angelpunkt für die Selbstorganisation der Teilnehmenden. Mit einem beliebigen Instrument (z.B. GoogleDoc, Etherpad, Wiki, BarCamp-Tool) wird ein Zeit- und Raumplan erstellt, in dem während der Session-Planung die einzelnen Vorschläge gesetzt werden. Es ist notwendig, dass der Session-Plan schnell editiert und das Ergebnis online auf allen Gerätearten (Laptop, Tablet, Smartphone) abgerufen werden kann. Üblicherweise

kümmern sich die Teilnehmer/-innen eines BarCamps eigenständig um die Dokumentation der Sessions.

Mit einigen richtungsweisenden Entscheidungen können Veranstalter diesen Prozess unterstützen. Dazu gehört die Entscheidung für ein Instrument zur Dokumentation. In der Regel werden entweder GoogleDocs oder Etherpads verwendet.

Für JugendBarCamps sollten zudem die digitalen Räume entsprechend vorbereitet werden: Dokumente anlegen, Dokumente untereinander verlinken und jeweils einen kurzen Anfangstext hineinkopieren, der die Verwendung erklärt (Vorlage im Anhang). Etherpad kann auf einem eigenen Server gehostet werden. Alternativ bietet das Projekt Youthpart den Service unter <http://www.yourpart.eu/> kostenfrei an.



INFOBOX: ETHERPAD

Etherpad ist ein Instrument zum kollaborativen Schreiben. Es ermöglicht mehreren Autor(inn)en, gleichzeitig an einem Textdokument zu arbeiten. Für BarCamps eignen sie sich vor allem, weil sie es ermöglichen, in Echtzeit an ihnen zu arbeiten und Veränderungen damit sofort für alle sichtbar sind. Mithilfe von Etherpads dokumentieren die Teilnehmer/-innen ihre Sessions selbst, wobei die einzelnen Autor(inn)en farblich unterschiedlich hervorgehoben werden. Der Bearbeitungsstand zu einem bestimmten Zeitpunkt kann zudem auch im Nachhinein eingesehen werden, wodurch der zeitliche und inhaltliche Verlauf der Dokumentation im Detail nachzuvollziehen ist.

Das digitale Allround-Werkzeug für BarCamps ist Twitter. Es dient der Dokumentation, der Kommunikation während und zwischen den Sessions sowie der Selbstorganisation. Zudem ist es ein guter Indikator, um in den Kommentaren der Jugendlichen die Stimmung einzufangen. Um eine möglichst breite Nutzung anzuregen, kann man Twitter bereits in der Vorabkommunikation (Kapitel 5) erläutern und vor Ort Handzettel zur Verfügung stellen, welche die Anwendung erklären. Zu den technischen Vorbereitungen gehört, dass eine **Twitterwall** für den Hashtag der Ver-

anstaltung eingerichtet und auf Leinwänden oder Bildschirmen sichtbar gemacht wird. Überlegungen zu einer moderierten Twitterwall sind obsolet, da sie nur eine scheinbare Kontrolle vortäuschen (manchmal aber durch Spam notwendig werden). Alle Teilnehmenden mit eigenen Endgeräten werden im Zweifelsfall die offene Suche von Twitter verwenden. Bezüglich der Twitter-Nutzung und den öffentlichen Kommentaren sind Vertrauen und pädagogische Begleitung angebracht. Für die Einrichtung derartiger Livestreams spricht die Möglichkeit, Interessierte von außerhalb einbinden zu können. Je nach Thema sind dies beispielsweise Expert(inn)en oder Jugendliche, die nicht vor Ort dabei sein können. Im Rahmen eines JugendBarCamps sollte die Öffnung des Raumes für virtuelle Teilnehmer/-innen vorher besprochen und durch die Moderation eingeführt werden. Die Öffnung bedeutet Chancen (Resonanz, Anerkennung, externe Expertise) und Risiko (Öffentlichkeit) zugleich.

Bei der Planung der Tools zur Online-Kollaboration gilt es zu bedenken, dass in der Regel die wenigsten Jugendlichen bereits in der Anwendung geübt sind. Mit Neugierde, etwas Anleitung und gegenseitiger Unterstützung lernen sie nebenbei, die Instrumente für ihre Zwecke zu nutzen und können diese Fähigkeit auch im Anschluss weiterhin einsetzen.

Aus der Praxis:

Interview mit Robert Lender, Bundesministerium für Familien und Jugend, Österreich

2013 fand das internationale JugendBarCamp „youth-barcamp.eu“ statt. Dabei haben es sich die Veranstalter – wienXtra, Youthpart und weitere europäische Partner – zur Aufgabe gemacht, europäische Jugendpolitik und ePartizipation mit den teilnehmenden Jugendlichen aus ganz Europa zu diskutieren. Ziel war es Guidelines für gelingende ePartizipation zu entwickeln. Im Gespräch ist Robert Lender vom Bundesministerium für Familien und Jugend, Österreich, der das JugendBarCamp mit konzipiert und begleitet hat.

Warum haben Sie sich „trotz“ eines konkreten Ziels für ein so freies Format entschieden?

Das Durcharbeiten der Guidelines in einzelnen Workshops erschien uns nicht sehr kreativ. Was kommt dabei meistens heraus – Zustimmung zum Absatz x, Ablehnung zum Absatz y. Ein BarCamp ermöglicht die eigenen Ideen und Fragestellungen stärker in den Mittelpunkt der Diskussion zu stellen. Das Thema E-Partizipation war der Rahmen – somit konnten Ergebnisse und Erfahrungen aus den Sessions durchaus in die weitere Diskussion zu den Guidelines einfließen, dabei auch Ideen

oder Fragestellungen entstehen, an die im Rahmen des Guideline-Entwicklungs-Prozesses noch gar nicht gedacht wurde. Es gab aber auch eine eigene Session zu den Guidelines – wäre diese nicht aus der Gruppe der Jugendlichen vorgeschlagen worden, hätte dies wohl schon etwas über die Guidelines ausgesagt.

Wie war ihr Eindruck hinsichtlich der Internationalität des JugendBarCamps?

Die Mischung war sehr spannend, die meisten Jugendlichen hatten mit Englisch als gemeinsamer BarCampsprache kein Problem. Trotzdem war die Kommunikation komplexer. Manche/r formulierte langsamer, es brauchte zusätzlicher Erklärungen. So musste man bei der Vorstellung von Projekten natürlich mehr über den nationalen oder regionalen Kontext erklären. Darauf ist bei der Länge der Sessions sicherlich zukünftig noch mehr Rücksicht zu nehmen.

Was können andere JugendBarCamps von den Erfahrungen aus Wien lernen?

Zuallererst: Es funktioniert!

Beziehungsweise es kann funktionieren, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Manche/r kam trotz entsprechender Informationen im Web mit ganz anderen Vorstellungen über das Format BarCamp nach Wien. Das heißt, es braucht am BarCamp selbst mehr Platz um

die Regeln zu erklären bzw. die Teilnehmer/-innen darauf einzustimmen. Zweiteres hat gut geklappt. Eine längere Aufwärm- und Kennenlernrunde – mehr als die „klassische“ Vorstellungsrunde bei BarCamps – hat schon zum berühmten „Eisbrechen“ geführt und eine gute Stimmung erzeugt, durch die man offener in die BarCampgestaltung gehen konnte. Da doch einige erst beim Barcamp selbst das Potential erkannten sollte man eventuell die Sessionplanung nicht nur an den Anfang setzen, sondern in einzelne Blöcke aufteilen. So können weitere Ideen später auch noch untergebracht werden.

Wo stecken aus Ihrer Sicht noch Potentiale? Wohin könnte sich das Format noch entwickeln?

Ein BarCamp ist nicht nur ein bestimmtes Format, es ist eine Grundidee. Nämlich, dass Menschen ihren Informations- und Wissensaustausch selbst gestalten, Themen selbst festlegen. Und das braucht nicht nur große BarCamps mit 100 oder 200 (jugendlichen) Teilnehmer(inne)n. Das kann auch die kleine Runde am Tisch sein, die in Mini-Sessions ihr Wissen tauscht und diskutiert. Nicht, dass alles ein BarCamp werden soll, aber der schulische Alltag könnte z.B. durch „BarCamp-Tage“ durchaus ergänzt werden. Auch im deutschsprachigen Raum gibt es erste Versuche und Diskussionen wie man (non-)formales Lernen und Barcamps miteinander verbinden kann. Wichtig ist aber,

dass sich BarCamps immer wieder neu erfinden, sich die Idee nicht in ein formales Konzept pressen lassen darf. Dazu gehört auch die Einteilung nach Sessions hin und wieder aufzubrechen. Innerhalb von BarCamps können sich auch Projekte entwickeln, die in kleinen Gruppen gleich vor Ort weiterentwickelt werden. Ein Ansatz sind die CreateCamps, die dies schon strukturell vorgeben.

Die Diskussion zu BarCamps sind zu vielfältig als das ich sie in ein paar Worte fassen kann. Daher nur noch ein Leitgedanke, der für BarCamps seit Jahren gilt: BarCamp ist das, was du daraus machst.





Phase 8: Vorbereitung vor Ort

Bei BarCamps gilt: So viel vorbereiten wie nötig, so wenig wie möglich. Dabei meint nötig, insbesondere, was pädagogisch nötig erscheint, damit sich alle Teilnehmer/-innen wohl fühlen. Denn BarCamps – und so auch JugendBarCamps – setzen auf die Selbstentfaltungspotenziale aller Teilnehmer/-innen. Dazu gehören vor allem auch die Räume: Je mehr hier schon vorbereitet wurde, desto weniger fühlt sich jeder dafür zuständig. Zwingend gebraucht wird: ein Infotisch – zentral und am besten als fest besetzter Ort über die ganze Veranstaltungsdauer – um dort alle Fragen der Teilnehmer/-innen beantworten zu können. Je nach Gelände sollten Beschilderungen am Veranstaltungsort angebracht werden: zu den einzelnen Räumen (je selbsterklärender die Beschilderung der Räume, desto besser), den Toiletten, dem Speiseraum etc.

Die Räume sollten standardmäßig mit Beamer/Flat-Screen und Soundanlage ausgestattet werden. WLAN sollte in allen Räumen verfügbar sein (ggf. Leitungen legen und zusätzliche WLAN-Router aufstellen), dazu ausreichend Steckdosen an den Sitzplätzen.

Die Stuhl- und Tisch-Anordnung sollte möglichst flexibel sein, so dass sich jede Session neu einrichten kann.

Für die Moderation der Session-Planung sollte eine große Pinnwand vorbereitet werden. Eine Matrix aus Zeiten (vertikal) und Räumen (horizontal) kann vorbereitet werden, sodass bei der Session-Planung nur noch die Kärtchen mit den Session-Vorschlägen gepinnt werden müssen.

INFOBOX: LEITSYSTEM

Damit sich alle selbständig orientieren können, sollte über ein Leitsystem nachgedacht werden, das die Teilnehmer/-innen in die richtigen Räume führt. Je nach örtlicher Gegebenheit kann das ein Farbsystem sein, ein Leitsystem am Boden, eine logische Benennung (z.B. Buchstaben/Zahlen-Kombination wie O(bergeschoss)2, Himmelsrichtungen, beschreibende Namen (Turmzimmer) etc.)

Je nach Vorbereitung und örtlichen Gegebenheiten können noch weitere Orte, wie eine Chill-Area, eine Spiel-Ecke oder eine Feedback-Area, eingeplant werden. Gegebenenfalls sollte daran gedacht werden, Förderer, Partner und Sponsoren sichtbar zu machen, zum Beispiel über eine Flyer-Auslage mit Infomaterial, Selbstdarstellungen oder Give-Aways. Wird Twitter eingesetzt, sollten auch die Twitterwalls aufgebaut und getestet werden, am besten an einem zentralen Ort, der für die Zeit zwischen den Programmpunkten genutzt wird.

Phase 9: Durchführung des BarCamps

Die Durchführung eines JugendBarCamps unterliegt, wie jede andere Veranstaltung und jedes andere Format auch, einer eigenen Dynamik und gewissen Unwägbarkeiten. Das gilt für das Format BarCamp einmal mehr, da es in noch höherem Maße auf die aktive Mitarbeit und inhaltliche Ausgestaltung der Teilnehmer/-innen angewiesen ist als andere Formate. Dennoch können sich die Veranstalter eines JugendBarCamps an den bisherigen Praktiken und den Erfahrungswerten anderer

orientieren. Die Autoren haben sieben Phasen identifiziert, die für BarCamps als typisch gelten können und im Folgenden detailliert vorgestellt und beschrieben werden.

Vor dem Hintergrund unserer Erfahrungen sind dies hilfreiche kategoriale Einteilungen, die sich in der Praxis bewährt haben. Das spezifische Thema und die Zielsetzung des JugendBarCamps, die Teilnehmeranzahl, die Bedingungen vor Ort oder prozessbedingte Entwicklungen können naturgemäß Einfluss auf die Durchführung eines JugendBarCamps nehmen. Die von uns vorgeschlagenen Phasen sind daher als erfahrungsbasierte und (ideal-)typische Unterteilung zu verstehen, die bei Bedarf angepasst und erweitert werden kann.





Phase 9.1: Ankommen

Neben der Organisation der Anreise der Jugendlichen, zum Beispiel durch einen Shuttle-Service vom Bahnhof, gilt es vor allem, einen herzlichen Empfang zu gestalten. Ein geschickt ausgewählter Ort für den Check-in kann Sicherheit und Struktur bieten. Beim Empfang sollten zunächst formale Dinge geklärt werden, zum Beispiel die Zimmerverteilung, Eintragen in die Unterschriftenliste und Formalia wie Einverständniserklärung der Eltern, Erlaubnis zur Veröffentlichung von Fotos, rechtliche Hinweise zum Jugendschutz, Internetzugang und Ansprechpartner in Notfällen. Hinweise zur Orientierung am Veranstaltungsort, zum grob geplanten Programm und zum Start der Veranstaltung sollten ebenfalls gegeben werden.

Damit sich alle Teilnehmer/-innen ansprechen können, ist es hilfreich, alle mit einem Namensschild auszustatten. Diese können im Vorfeld vom Veranstalter vorbereitet oder zum Beispiel durch eine Button-Maschine von allen selbst gestaltet werden. Je nach Größe der Veranstaltung ist es sinnvoll, einen Info-Tisch über die ganze Zeit besetzt zu halten, um dort stets für organisatorische Fragen und zur Problemlösung ansprechbar zu sein.

Doch auch informell sollten die Gäste sich willkommen fühlen. Idealerweise sind alle Räume nett gestaltet und alles ist fertig aufgebaut, sodass das Team Zeit findet, erste Gespräche mit den Ankommenden zu führen. Obst und Getränke kommen immer gut an und werden während der Veranstaltung am besten an zentraler Stelle ausgelegt. Das Thema der Veranstaltung kann schon untergründig auftauchen, indem Themen-Stationen, verteilte Twitterwalls oder Info- und Büchertische aufgebaut sind.

Phase 9.2: Einführung in das Format

Die Moderation eines BarCamps hat eine klare Mission: Motivation verbreiten und Orientierung bieten. Üblicherweise ist eine Person für die Gesamtmoderation der Veranstaltung zuständig und wird somit als Ansprechpartner für Teilnehmerfragen eingeführt. Eine Einführung in das Format BarCamp geht weit über die Darstellung des Zeit- und Raumplans hinaus. Vielmehr sollte Wert darauf gelegt werden, die ideelle Haltung zu vermitteln, auf der der BarCamp-Ansatz basiert: Verantwortung übernehmen und sich aktiv einbringen.

Die Teilnehmer/-innen werden in die Verantwortung eingeführt, die sie selbst für den Erfolg der Veranstaltung tragen. Sie sind es, die Sessions vorschlagen, darüber abstimmen, sie moderieren und aktiv gestalten. Auch die digitalen Instrumente zur Dokumentation und sessionübergreifenden Vernetzung werden nur dann für alle Teilnehmer/-innen einen Mehrwert bieten, wenn sie diese annehmen und gemeinsam nutzen.

Die Moderation kann einige Ratschläge dazu geben, wie man sich zu Beginn einer Session selbst organisieren kann. Damit die Erklärungen der moderierenden Person auf Erfahrungen basieren und authentisch sind, ist es ratsam jemanden zu wählen, der selbst schon an BarCamps teilgenommen hat. Manche Nachfragen zur Machbarkeit und zu möglichen Schwierigkeiten lassen sich so leichter beantworten und mit Beispielen belegen.

Zu der Vorbereitung auf die eigene aktive Rolle gehört auch die Vorstellungsrunde mit allen Teilnehmenden. Jede Person nennt den eigenen Namen und dazu drei Hashtags, die sie oder ihre Themen beschreiben. Bei hundert oder mehr Personen wird es jedoch kaum gelingen,

dass sich anschließend alle beim Namen nennen können. Dank der Namensschilder ist dies auch nicht nötig. Was damit aber gelingt ist, dass jeder die fünf bis zehn Personen findet, die ähnliche Hashtags haben oder die Themen abdecken, die sie besonders interessieren.

Nicht zu unterschätzen ist der positive Effekt, der sich ergibt, wenn bereits in den ersten Stunden jeder einmal zu Wort gekommen ist, sich der Gruppe zeigen konnte und damit bereits die eigene Schüchternheit etwas überwunden hat.



INFOBOX: VORSTELLUNGSRUNDE

In einer Vorstellungsrunde kommen alle Teilnehmer/-innen zu Wort und nennen neben ihrem Namen drei Hashtags. Sorgen ob der Länge einer solchen Vorstellungsrunde sind unbegründet. Wenn man bei den ersten Vorstellungen darauf achtet, dass das Format (Name und drei Hashtags) eingehalten wird, lernt die Gruppe sehr schnell und wird schätzungsweise zehn Sekunden pro Person benötigen. Bei hundert Personen dauert eine Vorstellungsrunde entsprechend etwa eine Viertelstunde.

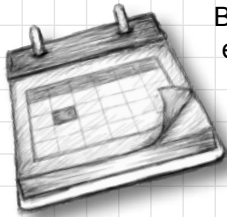
Phase 9.3: Session-Planung

Die Erstellung des Session-Plans kann sowohl digital als auch analog erfolgen, sollte aber in jedem Fall flexibel für etwaige Änderungen sein. Beide Varianten haben ihre Vorteile. Digital erstellte Session-Pläne lassen sich einfacher online kommunizieren, stellen aber auch ein Risiko dar, wenn einmal technische Probleme auftreten.

Eine bewährte Methode ist das Festhalten der Sessions auf einzelnen Kärtchen, die anschließend flexibel im Zeit-Raum-Raster des Session-Plans angeordnet werden können. Session-Pläne werden im Laufe des Entstehungsprozesses oft mehrmals neu arrangiert. Sie sollten also leicht und unkompliziert geändert werden können.

In einem ersten Schritt sollte noch einmal für alle Teilnehmer/-innen geklärt werden, was sich hinter dem Begriff Session verbirgt. Sessions sind keine Vorträge oder Referate, sondern haben das Ziel einen gemeinsamen Erfahrungsaustausch und Diskussionen zu initiieren. Auch wenn das Thema vom Session-Geber vorgeschlagen wird, gestalten beide Parteien – Session-Initiator/-in und Session-Teilnehmer/-in – eine Session gemeinsam.

Sessions können von allen Teilnehmer(inne)n angeboten werden – auch ohne Vorerfahrung, fachspezifisches Wissen oder aufwendige Vorbereitung. Im Plenum werden die Session-Vorschläge genannt: Die Teilnehmer/-innen, die eine Session anbieten wollen, stellen kurz das Thema und die Zielsetzung ihrer Session im Plenum vor. Anschließend wird das Interesse der Teilnehmer/-innen an der jeweiligen Session abgefragt.



Bei der Abfrage des Interesses an einer Session sollte ausdrücklich betont werden, dass sich alle Teilnehmer/-innen so oft melden können, wie sie möchten und mit ihrem Handzeichen keine verbindliche Zusage zur Teilnahme geben.

Lediglich das grundsätzliche Interesse wird so abgefragt, nicht die tatsächliche Teilnahme. Das garantiert den Teilnehmer(inne)n Flexibilität und zwingt sie nicht frühzeitig zum Besuch einer bestimmten Session.

Die Session-Geber/-innen schreiben anschließend selbst den Titel ihrer Session auf vorbereitete Karten (oder in das digitale Formular/die Tabelle) und platzieren diese im Session-Plan. Bereits bei der Session-Planung gilt das Prinzip der Selbstorganisation der Teilnehmer/-innen. Die verschiedenen Session-Geber/-innen handeln untereinander selbst aus, welche Räume zu welchen Zeiten von wem genutzt werden. Idealerweise gestalten die Teilnehmer/-innen den Session-Plan in Eigenregie.

Nachträgliche Änderungen am Session-Plan sind grundsätzlich möglich, sollten aber mit den Verantwort-

lichen abgesprochen werden. Für solche Änderungen (z. B. Zeit, Raum oder auch Zusammenlegung einzelner Sessions bei thematischer Ähnlichkeit) sollte ein Zeitlimit gesetzt werden, damit sich die Teilnehmer/-innen nicht zu oft neu orientieren müssen.

Den Teilnehmer(inne)n kann auch die Möglichkeit gegeben werden, den Session-Plan eigenverantwortlich umzugestalten und zu arrangieren. Auch hier muss eine Deadline für Änderungen vereinbart werden. Aktualisierungen und nachträgliche Änderungen im Session-Plan sollten auch online zeitnah über die zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle (Twitter, Twitterwall, Zentralkomitee) bekannt gemacht werden. Der fertige Session-Plan ist an zentralen Orten immer für alle einsehbar, auch während der laufenden Sessions. Es empfiehlt sich, den Session-Plan nach Abschluss auszudrucken und den Teilnehmer(inne)n auszuhändigen.

Den Interessenten am BarCamp, die nicht unmittelbar vor Ort sein können, wird der Session-Plan in einer digitalen Version zur Verfügung gestellt, die auf mobilen Endgeräten abrufbar ist. Die Bekanntmachung des Session-Plans geschieht ebenfalls über die zur Verfügung stehenden digitalen Tools.

Phase 9.4: Session-Verlauf

Sessions können völlig unterschiedlich geprägt sein – das zeichnet sie aus. So kann eine Session mit der Intention gestartet sein, das eigene Wissen in die Runde zu bringen und dieses anschließend zu diskutieren und zu erweitern. Dann beginnt meist der Session-Geber, der die Session vorgeschlagen hat, mit einem kurzen Einstiegsvortrag – erfahrungsgemäß sollte dieser ein Drittel der verfügbaren Zeit nicht überschreiten. Die restliche Zeit wird diskutiert. Häufig übernimmt der Session-Geber dabei die Rolle des Moderators. Dies kann aber zum Beginn der Session auch anders festgelegt werden.

Der Session-Geber kann die Diskussion auch mit einer einfachen Fragestellung einleiten. Hier übernimmt er ebenfalls häufig die moderierende Funktion. Von Anfang bis Ende der Session sind aber alle Teilnehmer/-innen gefragt. Von diesen beiden recht häufigen Mustern abweichend, können Sessions auch sehr praktisch sein. Ein Tool kann ausgetestet, eine YouTube-Session zum Thema angeboten, ein (Computer-)Spiel ausprobiert oder gar selbst produziert werden – der Fantasie der Session-Geber/-innen sind keine Grenzen gesetzt,

solange sie sich aktiv mit dem Thema auseinandersetzen. Erfahrene BarCamper/-innen organisieren sich selbst. Manche fangen zum Beispiel an, gemeinsam das Protokoll zu schreiben. Es wird nach außen kommuniziert und gegebenenfalls sogar (spontan) live ein Video gestreamt.

Es gibt verschiedene Modelle, sicherzustellen, dass die Sessions moderiert verlaufen und gut dokumentiert werden. Wenn im Vorfeld (siehe Phase 2 Konzeption) Jugendliche als Tutor(inn)en ausgebildet werden, können sie sich auf die Sessions aufteilen und auf die Dokumentation achten oder gegebenenfalls bei der Moderation unterstützen.

Eine andere Möglichkeit der Organisation ist es, feste Verantwortliche für die einzelnen Räume einzuteilen, die dafür zuständig sind, dass die Technik funktioniert und zu Beginn der Session geklärt wird, wer moderiert und wer dokumentiert. Mit zunehmendem Verlauf des JugendBarCamps sollten diese Arten der Unterstützung weniger werden, so dass das JugendBarCamp zunehmend in die Selbstorganisation der Teilnehmer/-innen übergeht.



Phase 9.5: Session-Verlauf (Einsatz der Tools)

Eine Reihe von Web-Tools können bei BarCamps die Kollaboration unterstützen. Hier nur ein kurzer Überblick über die wichtigsten:

Text-Dokumentation durch Etherpads oder GoogleDocs

Damit alle inhaltlich an der Session teilnehmen können, hat sich ein auf mehrere Personen verteiltes Protokollieren bewährt. Das gemeinsame Schreiben an Textdokumenten erlauben sowohl Etherpads als auch GoogleDocs. Letztere ähneln einem klassischen Word-Dokument, wohingegen Etherpads die verschiedenen Autoren farblich sichtbar machen und eine übersichtliche Entstehungsgeschichte bieten. Bei beiden entfällt das Speichern der Dokumente. Über einen eindeutigen Link lassen sie sich leicht mit interessierten Außenstehenden teilen – diese können sogar ihre Fragen und ihr Wissen über die Live-Dokumentation einbringen und so die Session aus der Ferne bereichern.

Twitter, Facebook, Netz-Öffentlichkeit

Die ständige Kommunikation ins Netz durch die BarCamper/-innen führt dazu, dass eine deutlich ge-

steigerte Aufmerksamkeit und somit ein größerer Adressatenkreis erreicht wird. Da die Diskussionen mithilfe des für das BarCamp festgelegten Hashtags schon vor der eigentlichen Veranstaltung beginnen und über die Veranstaltung hinaus andauern, können außenstehende Interessierte sich aus der Ferne einbringen. Ob auf Twitter, Facebook oder anderen sozialen Netzwerken – genutzt wird, was zur Kommunikation funktioniert.

BarCamp-Tool Camper

Das BarCamp-Tool Camper bietet die Möglichkeit, mit wenigen Klicks und Einstellungen die Kommunikation und Anmeldung eines BarCamps abzuwickeln. Der Anmeldeprozess samt Teilnehmerliste und Newsletter wird ebensodarin abgebildet wie das Sammeln und Abstimmen von Session-Vorschlägen.

Weitere Funktionen wie eine Twitterwall und die Anbindung an Etherpads für die Dokumentation sind in Planung (siehe auch Seite. 48-50).

Papier

Auch bewährte Methoden der Moderation und Dokumentation wie Flip-Charts und Kärtchen eignen sich hier. Am Ende können diese per Kamera digitalisiert und so ebenfalls virtuell verteilt werden.

Video-Livestreams

Diese können Außenstehende unmittelbar am Geschehen der Session teilnehmen. Häufig reichen schon technisch einfache Lösungen aus, um die Präsenz-Runde um Netz-Gäste zu erweitern. Im einfachsten Fall reichen ein Laptop mit interner Webcam, Mikrofon und ein Streaming-Dienst aus. Das bietet sich bei sehr kleinen Sessions an. So wird die Diskussion live bereichert und, wenn gewollt, dauerhaft im Netz dokumentiert. Dies hat auch den Vorteil für die Teilnehmer/-innen, dass sie im Nachgang verpasste Sessions noch einmal nachvollziehen können.

Phase 9.6: Zusammenführung der Ergebnisse und Abschluss des BarCamps

Der Abschluss und dessen Gestaltung ist ein wichtiger Bestandteil eines JugendBarCamps, ist es doch der Moment, in dem noch einmal alle Teilnehmer/-innen zusammenkommen. Naturgemäß macht jeder Teilnehmende unterschiedliche Erfahrungen bei einem BarCamp, da er sich seine Agenda selbst zusammengestellt und nur eine Auswahl der Sessions besucht hat. Gewinnbringend für die Teilnehmer/-innen und die Veranstalter ist daher eine Konklusion aller Sessions und Ergebnisse am Ende eines BarCamps.

Für die Gestaltung des Abschlusses bieten sich verschiedene Varianten und Methoden an, je nach der Zielsetzung des JugendBarCamps und dem Bedürfnis der Teilnehmer/-innen. Eine gängige Methode ist es, einzelne Eindrücke in Form von "Blitzlichtern" einzuholen. Der Moderator beziehungsweise die Veranstalter können entweder nach dem Zufallsprinzip einzelne Teilnehmer/-innen auswählen und sie bitten, ihre Eindrücke zu schildern, oder gezielt Teilnehmer/-innen spezifischer Sessions fragen. Alternativ dazu, kann auch ein finaler Session-Slot eingeplant werden, in dem die einzelnen Sessions und ihre Ergebnisse vorgestellt werden.

Hier bietet sich beispielsweise an, die jeweiligen Session-Initiator(inn)en um eine Zusammenfassung der Inhalte und Diskussionen zu bitten. Da die einzelnen Sessions detailliert in den Etherpads dokumentiert sind, können auch diese vollständig oder in Auszügen zur Darstellung der Ergebnisse herangezogen werden. Kreative Formen der Visualisierung wirken unterstützend und können zum Beispiel in Form von Posterpräsentationen, live erstellten Tag Clouds oder Fotodokumentationen der Sessions erfolgen.



Die Moderator(inn)en sollten den Abschluss außerdem dazu nutzen, noch einmal auf die erfolgten Dokumentationen (Etherpads, Livestream) zu verweisen, durch die in der Regel alle Sessions auch im Nachhinein noch gut nachvollzogen werden können.

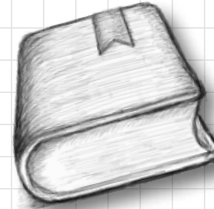
Die Etherpads sind ein wichtiges und nachhaltiges Archiv der Ergebnisse und sollten, sofern nicht schon im Vorfeld geschehen, zum Abschluss des BarCamps in einem Zentraldokument zusammengeführt werden. Sie stellen damit nicht nur eine wichtige Informationsquelle für Interessierte, die nicht am Veranstaltungsort präsent sein konnten, dar, sondern sind auch das Gedächtnis der BarCamper/-innen.

Sollte der Anspruch bestehen, die Ergebnisse in einer anderen (Text-)Form als den Etherpads festzuhalten, muss dies entweder von den Veranstaltern selbst übernommen und das BarCamp redaktionell begleitet werden, oder dies wird zu Beginn mit den Teilnehmer(inne)n vereinbart. Dabei sollte aber nicht vergessen werden, dass es weniger der Zielsetzung von BarCamps entspricht, vor Ort "druckreife" (Text-)Produkte zu generieren, sondern vielmehr wechselseitiger Erfahrungs- und Wissensaustausch zwischen den Teilnehmer(inne)n zu initiieren und Ideen zu entwickeln.

Werden abschließende Thesen oder Stellungnahmen erwartet, sollte dafür zusätzliche Zeit eingeplant werden. Auch eine Feedback-Phase kann Bestandteil eines Abschlusses sein. Die Teilnehmer/-innen können hier ihre Hoffnungen und Erwartungen an das BarCamp reflektieren. Je nach der Teilnehmeranzahl kann dies live und persönlich geschehen. Bei großen Gruppen bietet es sich an, die bereitgestellten digitalen Plattformen zu nutzen.

Sollte das JugendBarCamp eine konkrete Output-Orientierung besitzen oder spezifische Folgehandlungen zum Ziel haben, ist der Abschluss gleichzeitig der Moment, in dem Vereinbarungen und Absprachen getroffen werden können. Aber auch wenn keine unmittelbaren Folgeveranstaltungen oder ähnliches geplant sind, ist es empfehlenswert, nach im Verlauf des BarCamps entstandenen Projektideen und Follow-Ups zu fragen.

Erfahrungsgemäß sind solch freie und ungezwungene Formate wie BarCamps Entstehungsort vieler kreativer Ideen. Die gezielte Abfrage von Projektideen durch die Moderator(inn)en kann hier potentielle Synergieeffekte aufzeigen.



Phase 10: Dokumentation

Das Schöne an BarCamps ist: Alle Teilnehmer/-innen werden aktiv in die Dokumentation der erarbeiteten Inhalte und bearbeiteten Themen eingebunden. So entstehen gemeinsame Protokolle, wie in Phase 8.5 beschrieben. Für BarCamps typisch ist auch die Berichterstattung und Reflexion im Nachgang des Präsenztreffens. Dies wird bei JugendBarCamps sicherlich in abgeschwächter Form stattfinden, aber dennoch lohnt es sich für den Veranstalter, dazu zu ermuntern, auch dieses BarCamp-Merkmal in die Kultur der JugendBarCamps aufzunehmen. Ihm obliegt auch in diesem Fall wieder die koordinierende Funktion.

Eine Übersicht und Verlinkung aller entstandenen Etherpads/GoogleDocs (oder anderer Dokumentationsformen) ist sowohl während als auch im Nachgang des BarCamps zur Dokumentation hilfreich. Ebenso sollte eine Übersicht der im Internet erschienenen Artikel entstehen, die die unterschiedlichen Sichtweisen bündelt. Ein zeitnahes Fazit aus Veranstalter-Sicht in Form eines Blog-Artikels ist zudem hilfreich für die öffentliche Reflexion und Weiterentwicklung des Formats.

INFOBOX: DOKUMENTATION VIDEO-STATEMENTS

Um einen ansprechenden, kurzen Einblick in die Sessions zu geben, können alle Sessions per kurzem Videostatement nachskizziert werden. Der Aufwand hält sich in Grenzen, wenn per Tablet oder Smartphone, am besten jedoch mit gutem Mikrofon gearbeitet und auf das Schneiden verzichtet wird.

Es empfiehlt sich, ein lokales Backup aller Etherpads und GoogleDocs zu machen, da es immer wieder Umstellungen und Abschaltungen einzelner Server geben wird, bei denen Daten verloren gehen.

Wenn Fotografen und Video-Teams auf dem BarCamp unterwegs waren, freuen sich Teilnehmer/-innen und Nicht-Anwesende über visuell gebündelte Eindrücke. Als Orte der Präsentation eignen sich die Webseite des BarCamps (ob mixxt-Community, Blog, Facebook etc. → siehe Phase 3) und alle Kanäle, die sich als Kommunikationsorte beim JugendBarCamp etabliert haben.

Neben den öffentlichen Reflexionen macht es auch Sinn, im Team die Veranstaltung und den Prozess auszuwerten und zu dokumentieren. Anhand dieser Informationen und Teilnehmer/-innen-Statements sollte es abschließend möglich sein, einen Bericht für Arbeitgeber, Geldgeber und Partner zu erstellen. Dabei können die Phasen aus dem vorliegenden Leitfaden als Orientierung dienen.



Phase 11: (Post-)Community Management

Die aktive Einbindung sozialer Medien in die Jugendbildung führt in zweierlei Hinsicht zu einer Erweiterung des Beratungsraumes: örtlich und zeitlich. Indem digitale Beteiligungsmöglichkeiten integriert werden, sind Mitsprache und Mitwirken nicht mehr an die ständige physische Anwesenheit zu festgelegten Terminen gekoppelt.

Eine zeitliche Erweiterung bedeutet auch, dass eine Veranstaltung mit der Abreise noch nicht vorbei ist. Sie ist erst vorbei, wenn die letzten Bilder getaggt sind, die Diskussionen in den Gruppen nicht mehr fortgesetzt werden und die Jugendlichen ihre neuen Kontakte online nicht mehr pflegen. Erfahrungsgemäß weitet sich der Aktivitätszeitraum einer Wochenend-Veranstaltung auf drei bis fünf Monate aus.

Veranstaltungen und Seminare bieten Jugendlichen Anlässe zum Lernen und Ausprobieren. Aber machen wir uns nichts vor: Das nachhaltige Lernen und Umsetzen aber findet erst statt, wenn ein dauerhafter Transfer in den Alltag gelingt.

Als Orte für Austausch und Diskussionen unter den Teilnehmer/-innen eines JugendBarCamps bieten sich Gruppen in sozialen Netzwerken an. In der Regel werden die Jugendlichen sich ohnehin auf diese Weise organisieren. Um als Einrichtung und pädagogische Begleitung an den Diskussionen teilnehmen zu können, ist es notwendig, mit einem Profil dort selbst präsent zu sein. Für die digitalen Orte der Vernetzung gilt das Gleiche wie für den Veranstaltungsraum: Er sollte gestaltet werden.



Beginnend mit dem Namen der Gruppe, einem Titelfoto, der Gruppenbeschreibung (ggf. auch mit Hinweis auf eine **Netiquette**) und den Einstellungen zur öffentlichen Sichtbarkeit, gibt es einige grundlegende Weichenstellungen, die oftmals nur von Administratoren vorgenommen werden können. Daher bietet es sich an, die Gruppen frühzeitig selbst anzulegen, zu verwalten und sie den Jugendlichen zur Nutzung anzubieten.

Hinweise auf die Dokumentation der Veranstaltung sind das Mindeste an Inhalten, die im Nachgang angeboten werden können. Wünschenswert ist, dass darüber hinaus noch mehr inhaltliche Arbeit stattfindet. Neben Hinweisen zu ähnlichen Veranstaltungen oder Projekten der Teilnehmer/-innen, kommen auch Links zu interessanten Inhalten in Frage, die das Thema des JugendBarCamps betreffen. In Verbindung mit Fragen wird zur Auseinandersetzung mit den Beiträgen angeregt. Im Idealfall greifen die Jugendlichen die Impulse auf und nutzen die Infrastruktur der Gruppe dafür, eigene oder gefundene Inhalte mit anderen zu teilen.



Aus der Praxis:

Interview mit Sebastian Ring (GamesCamp)

Seit 2011 wird jährlich das Gamescamp von elf über das Bundesgebiet verteilten Institutionen veranstaltet. Dabei war das Ziel, eine gemeinsame Plattform für jugendliche Gamer/-innen zu schaffen, die möglichst nah am Thema und den Jugendlichen ist und damit Diskussionen fernab der klassischen Verteidigungshaltung zum Thema Games bieten. Dabei wurde das Format BarCamp an einigen Stellen weiterentwickelt, um dem besonderen Bedarf Jugendlicher gerecht zu werden.

Wie kam es dazu, dass Ihr ein BarCamp für Jugendliche veranstaltet habt?

Ausgangspunkt war das Staunen eines Lehrers über eine sehr umfangreiche und gelungene Schülerarbeit zu Super Mario. Das zeigte sehr schön, wie viel an Wissen und Know-How bei Gamer/-innen vorhanden ist und wie schade es ist, dass das – zumindest in formalen und non-formalen Bildungskontexten – kaum anerkannt wird. Gamer/-innen stecken oft in einer Nische (Ludic Gap),

haben viel zu sagen, aber kaum Plattformen für Diskurse. Deshalb hat sich am Rande der Gamescom 2010 ein bundesweites Netzwerk medienpädagogischer Institutionen darauf verständigt, ein BarCamp zum Thema zu veranstalten. Am Format BarCamp reizt uns vor allem der hohe Grad an Partizipation und die flachen Hierarchien zwischen Veranstaltern und Jugendlichen mit unterschiedlichen Backgrounds. Dass die Gamer/-innen eine technikaffine Zielgruppe sind, unterstützte das Vorhaben. Dass es überhaupt zum Gamescamp kommen konnte, verdanken wir nicht zuletzt dem Engagement der Bundeszentrale für politische Bildung, die das Projekt seit seinem Anfang unterstützt.

Was ist Euer Eindruck von JugendBarCamps als neues Format?

Das Format BarCamp hat sich für das Thema Games sehr bewährt. Grundsätzlich ist das ein spannender Ansatz, weil sich ziemlich viele pädagogische Ziele erreichen lassen, und zwar auf eine Art und Weise, wie sie in anderen Kontexten (z.B. einem schulischen Framework) nicht so leicht umsetzbar wären. Einer der Teilnehmer des ersten GamesCamp fasste das schön unter dem Stichwort „Einzigartiger Bildungsurlaub für Gamer“ zusammen.

Zu diskutieren, mit- und voneinander zu lernen und natürlich auch miteinander zu spielen – das alles ging in diesem Rahmen wunderbar von der Hand. Überraschend war die Vielfalt an Formaten und Inhalten, die eingebracht wurden, zum Beispiel Vorträge, Diskussionsrunden, Coding-Sessions, in denen soziale, wirtschaftliche, philosophische oder spielspezifische Fragen aufgeworfen wurden.

Zu betonen ist auch das partizipative Element, die Diskussion auf Augenhöhe, auch unter Jugendlichen aus verschiedenen Milieus und zwischen Veranstaltenden und Teilnehmenden.

Gab es Befürchtungen oder Schwierigkeiten gegenüber dem Format?

Das GamesCamp ist ein Modellprojekt. Insofern darf alles Mögliche anders kommen, als man es sich vorgestellt hat. Eine Schwierigkeit war sicher, dass das Format BarCamp unter Jugendlichen kaum bekannt war. Durch gute und engagierte Kommunikation vorab und ausreichende Betreuung vor Ort, ließ sich das Problem gut lösen. Bezogen auf die Teilnehmenden ist schade, dass das Thema Gaming offensichtlich nach wie vor Mädchen und junge Frauen nicht in dem Maße



anspricht, wie es bei Jungen und jungen Männern der Fall ist. Immerhin konnten wir die Teilnehmerinnenzahl deutlich steigern und daran ist weiter zu arbeiten. Eines unserer Ziele ist, auch bildungs- oder politikferne Jugendliche zu beteiligen. Beim Gamescamp wurde deutlich, dass ein guter Mix sehr förderlich ist und wenn die Teilnehmenden einen gemeinsamen Fokus – in diesem Fall Games und Gaming – haben, treten Hierarchien auch in den Hintergrund. Um möglicherweise mangelnde Expertise auszugleichen, haben wir Erwachsene eingeladen (z.B. Juristen, Game-Designer, Journalisten), die von den Jugendlichen flexibel als Joker zu ihren Sessions hinzugezogen werden konnten.

Was hat Euch am meisten überrascht? Wo stecken die größten Potenziale?

Die größten Potenziale stecken meiner Meinung nach in der Flexibilität des Formats. Durch die Freiheit der inhaltlichen Gestaltung, sind die Teilnehmenden gefordert und können gemäß ihrer eigenen Interessen agieren. Gleichzeitig können – und sollten – die Veranstalter Akzente und Anregungen geben. Beim Gamescamp ist zum Beispiel die LAN am Freitagabend zum Kennenlernen und zum Teambuilding ein sehr wertvolles Element,

das durch die Veranstalter vorgegeben wurde. Den Eigensinn und die Einsatzbereitschaft der Teilnehmenden sollte man aber auf keinen Fall unterschätzen.

Was würdet Ihr in Zukunft anders machen?

Bei den „Closing Rants“, der abschließenden Session bei den Gamescamps, haben die Teilnehmenden immer großartiges Feedback gegeben, das sehr wertvoll für die weitere Planung und das Verständnis der Teilnehmenden ist. Eine Anregung war hier zum Beispiel, im Vorfeld stärker zu vermitteln, was ein BarCamp ausmacht, wie es funktioniert und auch Infopakete für Eltern und Jugendarbeiter(inne)n anzubieten, damit diese wissen, womit sie zu rechnen haben. Ansonsten finde ich, dass man die BarCamps auch gut mit anderen Formaten kombinieren kann.

Checkliste Technik

- Bandbreite von mindestens 6 MBit (idealerweise 150 MBit)
- Router können eine maximale Anzahl von Endgeräten (ca. 1,5 je Teilnehmer) verbinden
- Ersatz bei WLAN-Ausfall: LAN-Kabel oder UMTS-Router
- Räume sind mit Beamer ausgestattet
- Räume sind mit Flipchart, Papier und Stiften ausgestattet
- Räume sind mit Steckdosen ausgestattet (ca. 3 je 10 Teilnehmer)
- Es steht je Raum mindestens ein Endgerät zur Dokumentation zur Verfügung
- ggf. Bereitstellung von Leihgeräten für die Teilnehmer/-innen



Camper

Camper

Mit dem Camper stellt Youthpart die digitale Infrastruktur zur Organisation von JugendBarCamps zur Verfügung.

Für interessierte Träger eines JugendBarCamps kann damit die Erstellung einer eigenen Internetseite entfallen. Sie können stattdessen den Anmeldeprozess und für die Kommunikation mit den Teilnehmer/-innen den Camper verwenden.

<http://barcamptools.eu/>

HINWEIS:

Die im Folgenden genannten Tools sind auch über Links auf jbc.medialepfade.de zu erreichen.



Das Medienzentrum Parabol veranstaltete im Februar 2014 das Jugendbarcamp „Start Up Nürnberger YouTube Channel“ und setzte dafür den Camper ein (<https://barcamptools.eu/nbg-ytube>)

BarCamp anlegen

Nach der Registrierung als Nutzer/-in gibt es die Möglichkeit, ein eigenes BarCamp anzulegen. Abgefragt werden die Rahmendaten der Veranstaltung sowie die bereits angelegten Social-Media-Kanäle (z.B. Twitter, Hashtag, Facebook-Seite).

Berechtigungen

Es ist möglich, ein BarCamp mit mehreren Administrator(inn)en zu verwalten. Diese haben das Recht, die Informationen zur Veranstaltung zu ändern, Teilnehmer/-innen zu verwalten und haben Zugriff auf alle weiteren Administrationsfunktionen. Um eine Person als Administrator/-in hinzuzufügen, versendet man eine Einladung an die E-Mail-Adresse, mit der die betreffende Person im BarCamp-Tool registriert ist.

Profil

Alle registrierten Nutzer/-innen haben die Möglichkeit, sich in ihrem Profil kurz zu beschreiben. Zu den möglichen Angaben gehören der volle Name, ein Profilfoto, ein freies Textfeld, die Organisation, der Twitter-Name, das Facebook-Profil sowie die T-Shirt-Größe. Auch können neue Abfragefelder vom Veranstalter eingefügt werden.

Teilnehmerverwaltung

Auf der Teilnehmerliste werden alle Nutzer angezeigt, die Interesse an dem BarCamp angemeldet haben. Sie werden mit ihrem Namen, dem Namen ihrer Organisation sowie dem Link zu ihrem Profil in den Listen angezeigt. Das BarCamp-Tool unterscheidet die drei Listen Interessenten, Teilnehmer/-innen und Warteliste. Administrator(inn)en können einen Zeitraum für die Anmeldung sowie die maximale Teilnehmerkapazität festlegen.

Gestaltung der Seite

Optisch und inhaltlich können BarCamps individualisiert werden. In die Kopfzeile kann ein eigenes Bild hochgeladen werden. Es ist vorgesehen, dass der Hauptseite alle wesentlichen Informationen zur Veranstaltung entnommen werden können. Hier ist es auch möglich, die Logos von Sponsoren einzubetten und zu verlinken.

E-Mail-Newsletter

Die Nutzer geben bei der Anmeldung ihre E-Mail-Adresse an, so dass die Administrator(inn)en vor und nach dem JugendBarCamp E-Mails an alle versenden können. Hierzu gibt es E-Mail-Vorlagen.

Session-Vorschläge

Alle Nutzer/-innen, die sich für das BarCamp interessieren, können eigene Session-Vorschläge anmelden. Zu diesem Zweck tragen sie den Titel und eine Kurzbeschreibung ihres Vorschlages ein. Anschließend besteht für alle Nutzer/-innen die Möglichkeit, ihr Interesse an einer Session zu bekunden. Sortiert werden die Session-Vorschläge entweder nach dem Datum oder nach der Anzahl der interessierten Personen.

Dokumentation

Für die Dokumentation des BarCamps stehen integrierte Etherpads zur Verfügung, welche in der Navigation direkt verlinkt sind.

Twitterwall

Wenn eine Twitterwall für das BarCamp erstellt wurde, kann sie im Camper direkt verlinkt werden. Dies hat den Vorteil, dass die Teilnehmer/-innen sich nur eine Web-Adresse merken müssen.

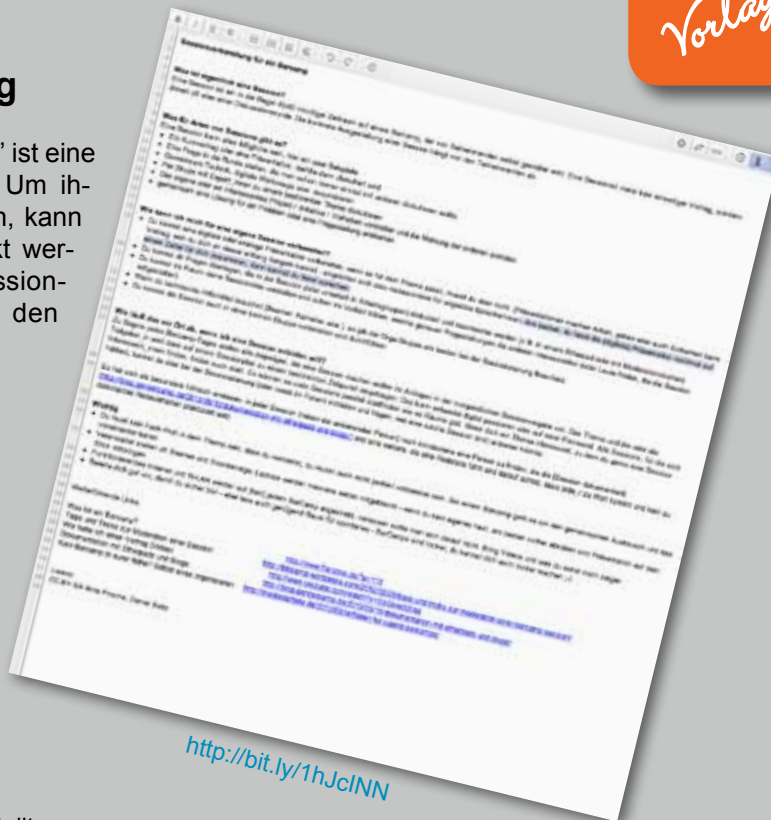
Mehrsprachigkeit

Der Camper ist in zwei Sprachen verfügbar: Deutsch und Englisch.



Vorlage Session-Vorbereitung

„Wie bereite ich mich auf eine Session vor?“ ist eine häufig gestellte Frage von Jugendlichen. Um ihnen die Vorbereitung erleichtern zu können, kann diese Vorlage bereits im Vorfeld verschickt werden – und trägt so zu einer größeren Sessionvielfalt und vor allem Souveränität bei den Session-Geber(inne)n bei.



Die Vorlage wird von Birte Frische und Daniel Seitz unter CC-BY-SA zur Verfügung gestellt.

Vorlage Session-Vorschlag

Teilnehmer/-innen sollten ihre Themenvorschläge für Sessions lesbar auf ein Blatt Papier schreiben. Bereits beim Check-in oder den Vorab-Informationen kann diese Vorlage ausgegeben werden. Die wichtigsten Informationen zu den Rahmenbedingungen sind notiert und der Bedarf eines Beamers wird abgefragt.



Die hier verlinkte Vorlage einer Grundstruktur stellt ikosom (www.ikosom.de) unter Creative Commons CC by sa 3.0 DE zur Verfügung.

Vorlage Session-Plan

Der erste Session-Plan eines BarCamps wird meist auf einer Pinnwand erstellt. Für den schnellen Zugang bietet es sich an, den Session-Plan möglichst zeitnah in digitaler Form zugänglich zu machen.

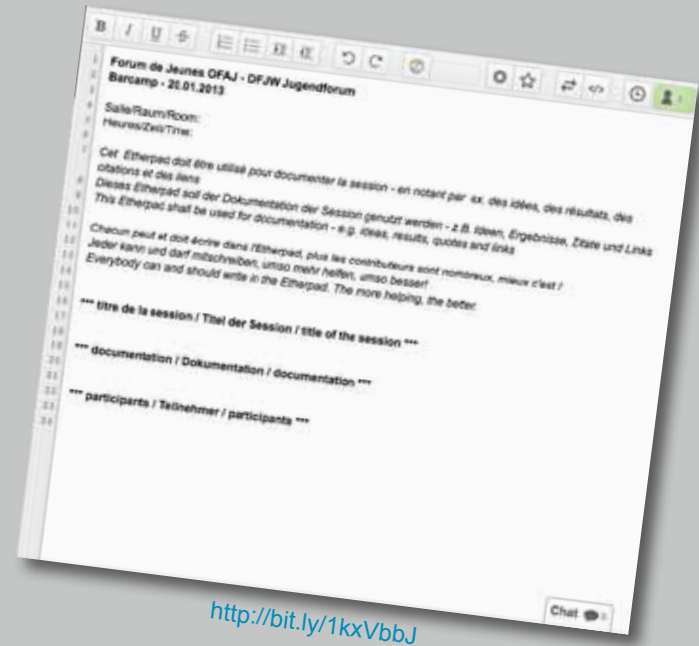
	Raum 1	Raum 2	Raum 3	Raum 4	Raum 5	Raum 6	Ganzwochenende
BarCamp Freitag							
14:00							
15:00							
16:00	Sessionname E oder P? Name Ansteller: BT, Teilbarname						
17:00	Sessionname E oder P? Name Ansteller: BT, Teilbarname						
18:00	Sessionname E oder P? Name Ansteller: BT, Teilbarname						
19:00							
20:00							
21:00							
22:00							

<http://bit.ly/1t9G1xo>

Eine Vorlage für einen Session-Plan stellt Jöran Muuß-Merholz (www.joeran.de) in Form einer GoogleTabelle unter Creative Commons CC by sa 3.0 DE zur Verfügung.

Vorlage Grundstruktur Etherpad

Für die Dokumentation von Sessions ist ein Etherpad ein hilfreiches Instrument. Für JugendBarCamps sollten Etherpads bereits vorstrukturiert werden, um allen Teilnehmer(inne)n den Einstieg zu erleichtern.



Die hier verlinkte Vorlage einer Grundstruktur stellt ikosom (www.ikosom.de) unter Creative Commons CC by sa 3.0 DE zur Verfügung.

Weiterführende Informationen

Dieser Leitfaden ist eine Momentaufnahme dessen, was aus der Praxis und ausgehend von den Erfahrungen zahlreicher JugendBarCamps empfohlen werden kann. Neben den Autor(inn)en haben in Gesprächen und Online-Diskussionen zahlreiche Fachleute dazu beigetragen. Wir möchten Ihnen die Möglichkeit geben sich an den fortlaufenden Diskussionen zu beteiligen und damit auf dem Laufenden zu bleiben.

Links und mehr

Über neue Vorlagen, Videos und Praxisberichte verschiedener JugendBarCamps halten wir Sie gerne auf dem Laufenden:

<http://jbc.medialepfade.de>

Facebook-Gruppe

Am kollegialen Austausch über den Einsatz von JugendBarCamps können Sie über die Facebook-Gruppe teilhaben:

<http://on.fb.me/1gG8CVJ>



ePartizipation: ePartizipation umfasst alle internetgestützten Verfahren, die eine Beteiligung von Bürger(inne)n am politischen Entscheidungsprozess ermöglichen. (wikipedia)

Nettiquette: Für den wertschätzenden und konstruktiven Umgang können Regeln vereinbart oder vom Gastgeber festgelegt werden. Sie dienen als Leitlinien für ein gutes Miteinander im Rahmen des JugendBarCamps oder der Online-Kommunikation im Allgemeinen.

GoogleDocs: Ein Web-Service, ähnlich Word und Excel, der es aber erlaubt, gemeinsam und gleichzeitig an Text- oder Tabellen-Dokumenten zu arbeiten.

Joker: Beim GamesCamp wurden als Unterstützung (erwachsene) Expert(inn)en eingebunden, die auf Abruf Sessions mit ihrer Expertise unterstützt haben.

OpenSpace: OpenSpace ist eine partizipative Großgruppenmethode. Die Themen werden von den TeilnehmerInnen spontan vorgeschlagen, moderiert und dokumentiert. Der OpenSpace ist das analoge „Schwester-Format“ zum BarCamp.

Open Source: Open Source ist die Bezeichnung für Software, die frei von Rechten ist, so dass sie jeder verwenden, für seine Zwecke ändern oder sich auch an ihrer Weiterentwicklung beteiligen kann.

Session: Session heißen die einzelnen, aus Raum und Zeit kombinierten Einheiten. Sessions können völlig unterschiedlich geprägt sein – das zeichnet sie aus. So kann eine Session mit der Intention gestartet sein, das eigene Wissen in die Runde zu bringen und dieses anschließend zu diskutieren und zu erweitern.

Session-Planung: Bei der Session-Planung stellen die Teilnehmer/-innen ihre Themenvorschläge im Plenum vor. Anschließend wird das Interesse abgefragt und jeder Session eine Zeit und ein Raum zugewiesen.

Twitterwall: Auf einer Twitterwall werden Tweets, also Nachrichten im Kurznachrichtendienst Twitter, zu einem bestimmten Hashtag gesammelt. So können auch von extern und in Schriftform Äußerungen abgegeben werden.



ikosom

Im Institut für Kommunikation in sozialen Medien (ikosom) arbeiten ExpertInnen aus unterschiedlichen Bereichen der digitalen Kommunikation. ikosom beschäftigt sich mit Themen wie Community Management, Digitales Fundraising, Government 2.0, ePartizipation und Urheberrecht.

mediale pfade.de

mediale pfade.de bietet als Agentur für Medienbildung Beratung, Konzeption und Durchführung von Aktionen und Fortbildungen. Mit Schwerpunkt auf politischer Bildung entwickeln wir insbesondere in den Bereichen „Mobiles Lernen“ und „ePartizipation“ innovative Konzepte, um neue Pfade des Lernens und der Beteiligung zu begehen. Außerdem arbeiten wir in den Bereichen „Games/Game-Design“ und „Medienkunst“.

Jörg Eisfeld-Reschke

Jörg Eisfeld-Reschke ist Gründer des Instituts für Kommunikation in sozialen Medien (ikosom). Als Trainer und Moderator arbeitet er schon seit vielen Jahren mit Großgruppenmoderation und organisierte unter anderem BarCamps zu Fundraising und Kommunalpolitik.

Lisa Peyer

Lisa Peyer studierte Politikwissenschaft an der Friedrich-Schiller-Universität Jena, wo sie derzeit auch promoviert. Sie war viele Jahre als Trainerin für Jugendworkshops und internationale Austauschprojekte tätig. Seit 2011 arbeitet sie als Projektleiterin für ikosom und ist für die Bereiche politische Jugend- und Erwachsenenarbeit und politische Kommunikation zuständig.

Daniel Seitz

Daniel Seitz konzipiert medienpädagogische Projekte mit den Schwerpunkten mobiles Spielen und Lernen, Interaktion und Beteiligung in und durch Social Media. Ausgehend von seiner heilpädagogischen Laufbahn, liegt sein Fokus auf ressourcenorientierten, innovativen Angeboten, möglichst inklusiv und niedrigschwellig. Gerne teilt und reflektiert er dieses Wissen in Workshops, Vorträgen und Publikationen zu oben genannten Schwerpunkten.

Text: Eine Publikation erstellt vom Institut für Kommunikation in sozialen Medien (www.ikosom.de) und mediale pfade.de - Agentur für Medienbildung (www.medialepfade.de) im Auftrag des Projektes Youthpart. Youthpart ist ein Projekt von IJAB - Fachstelle für internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e.V. Die Veröffentlichung wird gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Autorinnen und Autoren: Jörg Eisfeld-Reschke, Lisa Peyer, Daniel Seitz

Fotos: Seite 1 Foto by Christian Hermann unter CC BY-NC 3.0 Lizenz
Seite 2, 6, 8, 17, 18, 21, 26, 31, 33, 38, 39, 41, 42, 43 Fotos von Edith Valle für CEDIM (www.cedim.edu.mx) unter CC BY-NC 2.0 Lizenz
Seite 3, 47, 50, 59, 60 Fotos von DFJW (www.dfjw.org), unter CC BY-NC 3.0 Lizenz
Seite 28 Foto © by Laurence Chaperon, mit freundlicher Genehmigung
Seite 29 Foto von Chris Seitz, unter CC BY-ND Lizenz
Seite 45 Foto © by Christopher Dillig, mit freundlicher Genehmigung
Seite 57 Foto Daniel Seitz, Foto CC-BY Bundeszentrale für politische Bildung

Illustrationen: Seite 10, 17, 19, 20, 24, 25, 26, 30, 32, 35, 37, 40 von J-Design www.doublejdesign.co.uk, veröffentlicht auf icondock.com unter CC BY 3.0 Lizenz
Seite 15 Barcamp Flamme unter CC NC-sampling+ 1.0 Lizenz

Peer-Review: Rüdiger Fries, Birte Frische, Jasmin Jodlauk, Jöran Muuß-Merholz, Sebastian Ring

Layout und Gestaltung: Martina Wagner (www.glashaus4.de)

Druck: ESTA Druck GmbH (www.esta-druck.de)

Emailkontakt: info@ikosom.de
info@medialepfade.de

3. aktualisierte Auflage, Juni 2014

Bis auf die Autorenfotos, und soweit nicht anders angegeben, veröffentlichen die Verfasser/-innen diese Broschüre unter der **Creative Commons Lizenz BY SA 3.0 DE**.

Eisfeld-Reschke, Jörg/Peyer, Lisa/Seitz, Daniel:
JugendBarCamp. Ein Leitfaden für die Praxis. Berlin. 2014.

Bitte informieren Sie sich über die Lizenz unter
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de>

Diese Lizenz erlaubt, dass der vorliegende Leitfaden und dessen Inhalt frei vervielfältigt, verbreitet und öffentlich zugänglich gemacht werden dürfen. Ebenso dürfen Abwandlungen und Bearbeitungen des Leitfadens und dessen Inhaltes angefertigt und kommerziell genutzt werden. Hierfür gelten die Bedingungen der Namensnennung und die Pflicht zur Weitergabe unter gleichen Bedingungen.





Eine Broschüre von

 **ikosom**
Institut für Kommunikation
in sozialen Medien



mediale pfade.de
Agentur für Medienbildung

Im Auftrag von

**youth
part**

ijAB

Gefördert vom



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend